



CATALOGUE DE FORMATION

Management public

Innovation

Gestion de projets

Optimisation des organisations Informatique

Finance

Marketing

Commerce international

Management

Ressources Humaines

Qualité Sécurité et Environnement

Achat et approvisionnement

Maintenance, Production et Logistique

Commercial

Gestion durable et environnement

Stratégie et changement

CENTAURE
INNOVATION

Sommaire

SOMMAIRE	2
INNOVATION, STRATEGIE ET CHANGEMENT	8
OPTIMISATION DES ORGANISATIONS (PROCESSUS, FLUX)	9
CONCEPTION ET GESTION DES PROJETS IT	10
ENVIRONNEMENT, GESTION DURABLE	11
MANAGEMENT PUBLIC	12
MANAGEMENT ET LEADERSHIP	13
GESTION COMMERCIALE	14
FINANCE ET FISCALITE	15
MARKETING	16
COMMERCE INTERNATIONAL	17
RESSOURCES HUMAINES	18
QUALITE, SECURITE ET ENVIRONNEMENT	19
MAINTENANCE, PRODUCTION ET LOGISTIQUE	21
ACHATS ET APPROVISIONNEMENTS	22
INFORMATIQUE	23
SECRETARIAT ET ASSISTANAT DE DIRECTION	24
DESCRIPTION DES MODULES DE FORMATION	25
INNOVATION, STRATEGIE ET CHANGEMENT	26
ELABORER UNE STRATEGIE D'INNOVATION.....	27
MANAGEMENT STRATEGIQUE DE L'INNOVATION.....	28
INNOVATION DANS LE BUSINESS MODEL	29
CHAINE DE VALEUR NOUVELLE GENERATION.....	30
LA SYSTEMIQUE POUR L'INNOVATION BUSINESS	31
EVALUATION ECONOMIQUE	32
CREATIVITE ORGANISATIONNELLE ET IMPLICATION DES COLLABORATEURS.....	33
PILOTER LE CHANGEMENT ORGANISATIONNEL	36
KNOWLEDGE MANAGEMENT ENJEUX, DEFINITION ET MISE EN ŒUVRE.....	37
MANAGEZ LA QUALITE DE VOS FORMATIONS	38
CONSTRUIRE SON PROJET DE E-FORMATION.....	39
ADAPTEZ VOTRE OFFRE DE FORMATION AUX BESOINS DU MARCHE.....	40
OPTIMISATION DES ORGANISATIONS	41
GESTION DE PROJET DE CONSTRUCTION. SIMULATION LAST PLANNER AVEC VILLEGO.....	42
LA PROGRAMMATION ARCHITECTURALE AU SERVICE DU PROJET DE CONSTRUCTION	45
LEAN CHANTIER ET EXCELLENCE OPERATIONNELLE DANS LA CONSTRUCTION	47

LE SUPPLY CHAIN MANAGEMENT ELEMENT STRATEGIQUE DE L'ENTREPRISE	49
GESTION DE LA CHAINE LOGISTIQUE VERTE	50
PLANIFICATION ET ORDONNANCEMENT DE LA PRODUCTION.....	51
SIMULATION DES FLUX	52
LES-FONDAMENTAUX-DE-LA-THEORIE-DES-CONTRAINTES.....	53
CONCEPTION ET GESTION DES PROJETS IT.....	54
ALIGNEMENT BUSINESS/IT	55
CYCLE SKILLS MANAGER.....	56
INTRODUCTION AUX DIFFERENTS REFERENTIELS DE GESTION DE PROJET HERMES, PRINCE2™, IPMA ET PMBOK®, SCRUMXP ET PLUS.....	57
LES FONDAMENTAUX DE LA GESTION DE PROJET	58
MAITRISEZ LES ALEAS SUR VOTRE PROJET.....	60
COMMENT CHOISIR SUR QUELS PROJETS SE CONCENTRER.....	61
LA GESTION DE PROJET PAR LA THEORIE DES CONTRAINTES (TOC)	62
SELECTIONNEZ VOTRE LOGICIEL UNE METHODE OUTILLEE DE GESTION DES APPELS D'OFFRES	64
CONCEVEZ DES SITES WEB ERGONOMIQUES.....	66
ENVIRONNEMENT, GESTION DURABLE.....	67
ANALYSE DU CYCLE DE VIE (ACV) UN OUTIL POUR MESURER LE PROGRES VERS LE DEVELOPPEMENT DURABLE	68
RÈGLEMENTS EUROPÉENS SUR LES PRODUITS CHIMIQUES REACH ET CLP : OBLIGATIONS, IMPACTS ET OPPORTUNITÉS POUR LES ENTREPRISES	69
MANAGEMENT PUBLIC.....	70
القانون الإداري وتطبيقاته	71
CADRE JURIDIQUE DES COLLECTIVITES TERRITORIALES	72
GOUVERNANCE DES COLLECTIVITES TERRITORIALES	73
MANAGEMENT DANS LA FONCTION PUBLIQUE.....	74
MARKETING TERRITORIAL	75
GESTION DES RISQUES ET CRISES.....	76
STATUT DE LA FONCTION PUBLIQUE ET REGLES DE GESTION DES RESSOURCES HUMAINES.....	77
PROCEDURES DE PASSATION ET EXECUTION DES MARCHES PUBLICS	78
CONTENTIEUX DES MARCHES PUBLICS	79
COMPTABILITE PUBLIQUE.....	80
AUDIT ET CONTROLE DANS LE SECTEUR PUBLIC	81
MANAGEMENT	82
TABLEAU DE BORD DU MANAGER.....	83
DEVELOPPER LE POTENTIEL CREATIF DE SON EQUIPE	85
DEVELOPPER SON LEADERSHIP.....	86
ANTICIPER ET RESOUDRE LES CONFLITS.....	87
LA GESTION DU CHANGEMENT.....	88
TECHNIQUES D'ENTRETIEN DE RECRUTEMENT.....	89
CONDUITE D'ENTRETIEN D'EVALUATION	90
MANAGEMENT PAR OBJECTIFS.....	91
MANAGEMENT STRATEGIQUE	92
TEAMBUILDING : CONSTRUIRE UNE EQUIPE SOUDEE	93
LES TECHNIQUES DE NEGOCIATION ET D'ARGUMENTATION.....	94

ANALYSE TRANSACTIONNELLE	95
ANALYSE DU RISQUE.....	96
GESTION COMMERCIALE.....	97
MIEUX COMMUNIQUER POUR MIEUX VENDRE	98
COACHING POUR DEVELOPPER LA POSTURE DU COMMERCIAL.....	99
ELABORER VOTRE STRATEGIE COMMERCIALE	100
RECRUTEMENT DES COMMERCIAUX RECRUTEMENT DES COMMERCIAUX	101
ANIMER, MOTIVER ET DIRIGER UNE EQUIPE DE VENTE.....	102
TABLEAU DE BORD COMMERCIAL	103
ANALYSE ET PREVISION DES VENTES	104
SAVOIR GERER UN RESEAU DE DISTRIBUTION.....	105
LES TECHNIQUES DU MERCHANDISING.....	106
VENDRE A LA GRANDE DISTRIBUTION	107
LA PROSPECTION TELEPHONIQUE.....	108
LA VENTE PAR TELEPHONE	109
GESTION DU PORTEFEUILLE CLIENT	110
MESURER LA SATISFACTION CLIENT	111
NEGOCIATION D'UN CONTRAT COMMERCIAL.....	112
FINANCE ET FISCALITE.....	113
FINANCE POUR NON FINANCIERS	114
COMPTABILITE DES SALAIRES	115
AUDIT DE LA FONCTION COMPTABLE.....	116
FISCALITE MAROCAINE DES ENTREPRISES	117
LES DECLARATIONS FISCALES ET SOCIALES.....	118
RISQUES FISCAUX ET CONTROLE FISCAL	119
GESTION DE RISQUE CLIENT ET RECOUVREMENT	120
TECHNIQUES DE RECOUVREMENT.....	121
COMPTABILITE ANALYTIQUE.....	122
LES ASPECTS JURIDIQUES DU RECOUVREMENT.....	123
L'ANALYSE FINANCIERE.....	124
DIAGNOSTIC FINANCIER	125
LA METHODE ABC.....	126
METHODES DE REDUCTION DES COUTS	127
COMPTABILITE ANALYTIQUE.....	128
COMPTABILITE BUDGETAIRE.....	129
GESTION BUDGETAIRE	130
MISE EN PLACE D'UNE STRUCTURE D'AUDIT INTERNE.....	131
MARKETING.....	132
VEILLE STRATEGIQUE ET INTELLIGENCE MARKETING	133
DU PLAN D' ACTIONS MARKETING AU PLAN D' ACTIONS COMMERCIALES.....	134
COMPRENDRE ET APPLIQUER LE BENCHMARKING.....	135
LE MARKETING DES PME.....	136
LE WEB MARKETING.....	137
REUSSIR VOTRE PLAN DE COMMUNICATION EXTERNE	138
EVALUER L'EFFICACITE DE VOS CAMPAGNES DE COMMUNICATION.....	139

COMMENT REUSSIR VOS PROMOTIONS DES VENTES ?	140
MAITRISER LES TECHNIQUES D'ETUDE DU MARCHÉ	141
COMMENT REUSSIR UN MAILING EFFICACE ?.....	142
COMMENT CONSTITUER VOTRE BASE PROSPECTS ?	143
COMMERCE INTERNATIONAL.....	144
CIRCUITS BANCAIRES ET MOYENS DE PAIEMENT A L'INTERNATIONAL.....	145
LA GESTION DES COMPTES DE L'ADMISSION TEMPORAIRE	146
LA REGLEMENTATION DE CHANGE ET LES TECHNIQUES DE PAIEMENT	147
LES REGIMES D'EXONERATION DES DROITS ET TAXES DOUANIERES	148
LES REGIMES ECONOMIQUES EN DOUANE	149
REGLEMENTATION DOUANIERE ET TECHNIQUES DE DEDOUANEMENT.....	150
RESSOURCES HUMAINES	152
ELABORER VOTRE POLITIQUE RESSOURCES HUMAINES	153
AUDIT SOCIAL.....	154
LES TABLEAUX DE BORD SOCIAUX.....	155
COMMENT ELABORER VOS FICHES DE FONCTION ?.....	156
CONSTRUIRE UN REFERENTIEL DE COMPETENCE	157
EVALUATION DES COMPETENCES.....	158
LA GESTION PREVISIONNELLE DES EMPLOIS ET DES COMPETENCES	159
COMMENT EVALUER L'EFFICACITE DE VOS FORMATIONS ?.....	160
TECHNIQUES D'ENTRETIEN DE RECRUTEMENT.....	161
POLITIQUE ET SYSTEME DE REMUNERATION	162
GESTION ADMINISTRATIVE ET SOCIALE DES RESSOURCES HUMAINES.....	163
LA LEGISLATION DU TRAVAIL.....	164
AUDIT DES RESSOURCES HUMAINES	165
COMMUNICATION INTERNE.....	166
QUALITE, SECURITE ET ENVIRONNEMENT	167
DEMARCHE QUALITE : ELABORER ET METTRE EN PLACE UN SMQ.....	168
SENSIBILISATION A LA NORME ISO 9001 VERSION 2015.....	169
APPROCHE PROCESSUS : CARTOGRAPHIE, ANALYSE ET AMELIORATION DES PROCESSUS	170
INITIATION AUX CONCEPTS DE LA QUALITE.....	171
CONCEVOIR, ELABORER ET MAITRISER LA DOCUMENTATION QUALITE.....	172
MAITRISER LES EXIGENCES DE LA NORME ISO 9001 VERSION 2015	173
AUDIT INTERNE SELON LA NORME ISO 19011	174
DEFINIR ET DEPLOYER VOTRE POLITIQUE ET VOS OBJECTIVES QUALITES.....	175
PRATIQUE DE L'AMDEC	176
SENSIBILISATION AU TQM	177
MESURER LA SATISFACTION CLIENT	178
GERER LES COUTS QUALITE DANS VOTRE ENTREPRISE.....	179
APPLIQUER LA DEMARCHE DES 5S.....	180
METHODE D'ANALYSE DE LA VALEUR.....	181
METHODE D'ANALYSE FONCTIONNELLE.....	182
METTRE EN PLACE UNE DEMARCHE 6 SIGMA.....	183
MAITRISE STATISTIQUE DES PROCEDÉS –MSP.....	184
MAITRISER LES EXIGENCES DE LA NORME ISO 14001/2018	185

COMPRENDRE LA NORME HACCP	186
LE PROGRAMME PREALABLE A LA MISE EN PLACE DE L'HACCP	187
METTRE EN PLACE UNE DEMARCHE HACCP	188
AUDIT HACCP ET HYGIENE	189
LA NORME ISO 22000 VERSION 2018.....	190
ASSURANCE QUALITE DANS LES LABORATOIRES.....	191
SECURITE AU TRAVAIL	192
FORMATION DES RESPONSABLES QUALITE	193
DECOUVREZ LES ENJEUX ET LES EXIGENCES DE LA NORME ISO 50001.....	195
METTRE EN PLACE LE SYSTEME DE MANAGEMENT DE L'ENERGIE SELON LA NORME ISO 50001	196
MAINTENANCE, PRODUCTION ET LOGISTIQUE	197
LA GESTION DE LA PRODUCTION : PRINCIPES ET TECHNIQUES.....	198
ORDONNANCEMENT, PLANIFICATION ET LANCEMENT DE PRODUCTION	199
LE JUSTE-A-TEMPS.....	200
LEAN MANAGEMENT ET LEAN MANUFACTURING	201
LA CONCEPTION MECANIQUE	202
GESTION DE LA MAINTENANCE : OUTILS ET TECHNIQUES.....	203
MISE EN PLACE D'UNE GMAO (GESTION DE LA MAINTENANCE ASSISTEE PAR ORDINATEUR).....	204
MISE EN PLACE DE LA TPM « TOTAL PRODUCTIVE MAINTENANCE »	205
LES TECHNIQUES DE MAINTENANCE PREVENTIVE ET CURATIVE	206
GESTION DES STOCKS DE PIECES DE RECHANGE.....	207
AUTOMATES PROGRAMMABLES INDUSTRIELS.....	208
LA REGULATION AUTOMATIQUE	209
LA RESISTANCE DES MATERIAUX.....	210
LES SYSTEMES AUTOMATISES	211
LOGIQUE COMBINATOIRE ET SEQUENTIELLE.....	212
PNEUMATIQUE ET HYDRAULIQUE	213
SUPPLY CHAIN MANAGEMENT	214
AUDIT LOGISTIQUE	215
LA GESTION DE LA DISTRIBUTION.....	216
GESTION DU MAGASIN ET DES STOCKS	217
ACHATS ET APPROVISIONNEMENTS	218
LA GESTION DES ACHATS	219
TABLEAUX DE BORD DE LA FONCTION ACHAT	220
TECHNIQUES DE NEGOCIATION ET DE COMMUNICATION D'ACHATS	221
EVALUATION ET SELECTION DES FOURNISSEURS	222
LA REDACTION DES CAHIERS DES CHARGES DES ACHATS	223
LES STOCKS ET APPROVISIONNEMENTS.....	224
GESTION DES LIVRAISONS	225
AUDIT ACHAT	226
INFORMATIQUE.....	227
WORD : PRISE EN MAIN.....	228
WORD : UTILISER DES TABLEAUX.....	229
WORD : LE PUBLIPOSTAGE	230
WORD : GESTION DES DOCUMENTS LONGS.....	231

EXCEL : PRISE EN MAIN.....	232
EXCEL : LISTES & GRAPHIQUES.....	233
EXCEL : GESTION DES DONNEES / TABLEAUX CROISES DYNAMIQUES.....	234
EXCEL XP/2007 : PRESENTER SES DONNEES	235
EXCEL XP/2007 : BIEN CONNAITRE LES FONCTIONS.....	236
POWERPOINT : UTILISATION.....	237
POWERPOINT : ENRICHIR ET OPTIMISER SA PRESENTATION.....	238
PROJECT CLIENT : INITIATION	239
ACCESS XP/2007 : CONCEPTION D'UNE BASE DE DONNEES.....	240
ACCESS : UTILISATION DE BASE DE DONNEES EXISTANTE.....	241
ACCESS : DEVELOPPEMENT D'UNE APPLICATION ACCESS.....	242
FORMATION MICROSOFT OUTLOOK	243
SENSIBILISATION A LA SECURITE INFORMATIQUE.....	244
RESEAUX INFORMATIQUES, CONCEPTS ET MISE EN ŒUVRE	245
SECRETARIAT ET ASSISTANAT DE DIRECTION	246
QUALITE ET EFFICACITE AU TELEPHONE	247
REDIGER DES COURRIERS PROFESSIONNELS.....	248
PARFAIRE SES ECRITS PROFESSIONNELS.....	249
ASSISTANCE COMMERCIALE.....	250

INNOVATION, STRATEGIE ET CHANGEMENT

Réf	Intitulé du module	Nbre de jours
ISC010	Elaborer une stratégie d'innovation	2
ISC020	Management Stratégique de l'innovation	3
ISC030	Innovation dans le modèle business	3
ISC040	Chaîne de Valeur nouvelle génération	3
ISC050	La Systémique pour l'innovation business	4
ISC060	Evaluation Economique	3
ISC070	Introduction à la créativité. Définition, concepts et outils de la créativité	1
ISC080	Créativité organisationnelle et implication des collaborateurs - La détermination des facteurs motivationnels	1
ISC090	Créativité organisationnelle et implication des collaborateurs - Processus d'émergence et de concrétisation d'une idée créative	1
ISC100	Créativité organisationnelle et implication des collaborateurs - Bonnes pratiques & retours d'expériences	1
ISC110	Créativité organisationnelle et implication des collaborateurs - Outils de diagnostic	1
ISC120	Piloter le changement organisationnel	2
ISC130	Knowledge Management : enjeux, définition et mise en œuvre	2
ISC140	Managez la qualité de vos formations	2
ISC150	Construire son projet de e-formation	2
ISC160	Adaptez votre offre de formation aux besoins du marché	2

OPTIMISATION DES ORGANISATIONS (PROCESSUS, FLUX)

Réf	Intitulé du module	Nbre de jours
OPT010	Gestion de projet de construction. Simulation Last Planner avec Villego®	2
OPT020	La programmation architecturale au service du projet de construction	2
OPT030	Lean chantier et excellence opérationnelle dans la construction	2
OPT040	Value Stream Mapping	2
OPT050	Le Supply Chain Management : élément stratégique de l'entreprise	2
OPT060	Gestion de la chaîne logistique verte	2
OPT070	Planification et ordonnancement de la production	2
OPT080	Simulation des flux	2
OPT090	Les fondamentaux de la théorie des contraintes	2

CONCEPTION ET GESTION DES PROJETS IT

Réf	Intitulé du module	Nbre de jours
GIT010	Alignement Business/IT	1
GIT020	Cycle Skills manager	3
GIT030	Introduction aux différents référentiels de gestion de projet : HERMES, PRINCE2™, IPMA et PMBOK®, Scrum/XP et plus	1
GIT040	Les fondamentaux de la gestion de projet	2
GIT050	Maîtrisez les aléas sur votre projet	1
GIT060	Comment choisir sur quels projets se concentrer	1
GIT070	La gestion de projet par la Théorie des Contraintes (TOC)	2
GIT080	Sélectionnez votre logiciel : une méthode outillée de gestion des appels d'offres	2
GIT090	Concevez des sites web ergonomiques	1

ENVIRONNEMENT, GESTION DURABLE

Réf	Intitulé du module	Nbre de jours
EGD010	Analyse du Cycle de Vie (ACV) : un outil pour mesurer le progrès vers le développement durable ?	2
EGD020	Règlements européens sur les produits chimiques REACH et CLP : obligations, impacts et opportunités pour les entreprises	2

MANAGEMENT PUBLIC

Réf	Intitulé du module	Nbre de jours
MP010	Fondamentaux du droit administratif	2
MP020	Gouvernance des Collectivités Territoriales	2
MP030	Management dans la fonction publique	2
MP040	Marketing territorial	2
MP050	Statut de la fonction publique et règles de gestion des ressources humaines	3
IMP060	Gestion des risques et des crises	2
MP070	Procédures de passation et exécution des marchés publics	3
MP080	Contentieux des marchés publics	2
MP090	Finance et comptabilité publique	3
MP100	Audit et contrôle dans le secteur public	3

MANAGEMENT ET LEADERSHIP

Réf	Intitulé du module	Nbre de jours
MAN010	Réussir ses réunions	1
MAN020	Développer son leadership	2
MAN030	Tableau de bord du manager	3
MAN040	Développer le potentiel créatif de son équipe	2
MAN050	Anticiper et résoudre les conflits	2
MAN060	La gestion du changement	2
MAN070	Techniques d'entretien et de recrutement	2
MAN080	Conduite d'entretien d'évaluation	3
MAN090	Management par objectifs	4
MAN100	Management stratégique	4
MAN110	Teambuilding : Construire une équipe soudée	2
MAN120	Les techniques de négociation et d'argumentation	2
MAN130	Analyse transactionnelle	2
MAN140	Analyse du risque	2
MAN150	Maîtriser les outils de résolution de problèmes	2

GESTION COMMERCIALE

Réf	Intitulé du module	Nbre de jours
GEC010	Mieux communiquer pour mieux vendre	2
GEC020	Coaching pour développer la posture du commercial	2
GEC030	Elaborer votre stratégie commerciale	2
GEC040	Recrutement des commerciaux	3
GEC050	Animer, motiver et diriger une équipe de vente	2
GEC060	Tableau de bord commercial	3
GEC070	Analyse et prévision des ventes	2
GEC080	Savoir gérer un réseau de distribution	2
GEC090	Les techniques du merchandising	2
GEC100	Vendre à la grande distribution	2
GEC110	La prospection téléphonique	2
GEC120	La vente par téléphone	2
GEC130	Gestion du portefeuille client	2
GEC140	Mesurer la satisfaction client	2
GEC150	Négociation d'un contrat commercial	2

FINANCE ET FISCALITE

Réf	Intitulé du module	Nbre de jours
FIN010	Finance pour non financiers	2
FIN020	Techniques de recouvrement	2
FIN030	Comptabilité des salaires	2
FIN040	Gestion du risque client	2
FIN050	Gestion des opérations bancaires	2
FIN060	Analyse de la rentabilité	2
FIN070	Audit de la fonction comptable	2
FIN080	Fiscalité marocaine des entreprises	2
FIN090	Les déclarations fiscales et sociales	2
FIN100	Risques fiscaux et contrôle fiscal	2
FIN110	Gestion du risque client et recouvrement	2
FIN120	Les aspects juridiques du recouvrement	2
FIN130	L'analyse financière	2
FIN140	Diagnostic financier	2
FIN150	La méthode ABC	2
FIN160	Méthodes de réduction des coûts	2
FIN170	Comptabilité analytique	2
FIN180	Comptabilité budgétaire	2
FIN190	Gestion budgétaire	2
FIN200	Montage de projets financiers	2
FIN210	Mise en place d'une structure d'audit interne	2
FIN220	Fondamentaux de la finance islamique	2

MARKETING

Réf	Intitulé du module	Nbre de jours
MRK010	Business plans	2
MRK020	Veille stratégique et intelligence marketing	2
MRK030	Du plan d'actions marketing au plan d'actions commerciales	2
MRK040	Comprendre et appliquer le benchmarking	2
MRK050	Le marketing des PME	2
MRK060	Le Webmarketing	2
MRK070	Réussir votre plan de communication externe	2
MRK080	Evaluer l'efficacité de vos campagnes de communication	2
MRK090	Comment réussir vos promotions des ventes	2
MRK100	Maîtriser les techniques d'étude du marché	2
MRK110	Comment réussir un mailing efficace	2
MRK120	Comment constituer votre base prospects	2

COMMERCE INTERNATIONAL

Réf	Intitulé du module	Nbre de jours
COM010	Circuits bancaires et moyens de paiement à l'international	2
COM020	La gestion des comptes de l'admission temporaire	2
COM030	La réglementation de change et les techniques de paiement	2
COM040	Les régimes d'exonération des droits et taxes douanières	2
COM050	Les régimes économiques en douane	2
COM060	Réglementation douanière et techniques de dédouanement	7

RESSOURCES HUMAINES

Réf	Intitulé du module	Nbre de jours
RHU010	Elaborer une politique de ressources humaines	2
RHU020	L'audit social	2
RHU030	Tableaux de bord sociaux et bilan social	2
RHU040	Comment élaborer vos fiches de fonctions	2
RHU050	Construire un référentiel de compétences	2
RHU060	Evaluation des compétences	3
RHU070	La gestion prévisionnelle des emplois et des compétences	3
RHU080	Comment évaluer l'efficacité de vos formations	2
RHU090	Techniques de recrutement	2
RHU100	Politique et système de rémunération	2
RHU110	Gestion administrative et sociale des ressources humaines	3
RHU120	La législation du travail	3
RHU130	Audit des ressources humaines	2
RHU140	Communication interne	3

QUALITE, SECURITE ET ENVIRONNEMENT

Réf	Intitulé du module	Nbre de jours
QSE010	Sensibilisation à la norme ISO 9001 version 2008	1
QSE020	Démarche qualité : élaborer et mettre en place un SMQ	2
QSE030	Approche processus : Cartographie, analyse et amélioration des processus	2
QSE040	Initiation aux concepts de la qualité	2
QSE050	Maîtriser les exigences de la norme ISO 9001 version 2015	3
QSE060	Concevoir, élaborer et maîtriser la documentation qualité	2
QSE070	Audit interne selon la norme ISO 19011	3
QSE080	Définir et déployer votre politique et vos objectifs qualité	1
QSE090	Pratique de l'AMDEC	2
QSE100	Sensibilisation au TQM	2
QSE110	Mesurer la satisfaction client	2
QSE120	Gérer les coûts qualité dans votre entreprise	2
QSE130	Appliquer la démarche des 5S	2
QSE140	Méthode d'analyse de la valeur	2
QSE150	Méthode d'analyse fonctionnelle	3
QSE160	Mettre en place une démarche 6 Sigma	2
QSE170	Maîtrise Statistique des Procédés (MSP)	2
QSE180	Maîtriser les exigences de la norme ISO 14001/2015	2
QSE190	Comprendre la norme HACCP	2
QSE200	Le programme préalable à la mise en place du HACCP	2
QSE210	Mettre en place une démarche HACCP	3
QSE220	Audit HACCP et hygiène	3

QSE230	La norme ISO 22000 version 2018	3
QSE240	Assurance qualité dans les laboratoires	3
QSE250	Sécurité au travail	3
QSE260	Formation des responsables qualité	10
QSE270	Découvrez les enjeux et les exigences de la norme ISO 50001	3
QSE280	Mettre en place le système de management de l'énergie selon la norme ISO 50001	3

MAINTENANCE, PRODUCTION ET LOGISTIQUE

Réf	Intitulé du module	Nbre de jours
MPL010	La gestion de la production : Principes et techniques	3
MPL020	Ordonnancement, Planification et lancement de production	2
MPL030	Le juste à temps (Just in Time)	2
MPL040	Lean management et lean manufacturing	4
MPL050	La conception mécanique	4
MPL060	Gestion de la maintenance : Outils et techniques	3
MPL070	Mise en place d'une GMAO	3
MPL080	Mise en place de la TPM (Total Productive Maintenance)	3
MPL090	Les techniques de maintenance préventive et curative	3
MPL100	Gestion des stocks de pièces de rechange	2
MPL110	Automates programmables industriels	2
MPL120	La régulation automatique	2
MPL130	La résistance des matériaux	4
MPL140	Les systèmes automatisés	3
MPL150	Logique combinatoire et séquentielle	3
MPL160	Pneumatique et hydraulique	4
MPL170	Supply Chain Management (SCM)	2
MPL180	Audit logistique	2
MPL190	La gestion de la distribution	2
MPL200	Gestion du magasin et des stocks	2

ACHATS ET APPROVISIONNEMENTS

Réf	Intitulé du module	Nbre de jours
AAP010	La gestion des achats	2
AAP020	Tableaux de bord de la fonction Achat	2
AAP030	La négociation et communication d'achats	2
AAP040	Evaluer et sélectionner les fournisseurs	2
AAP050	La rédaction du cahier des charges des achats	2
AAP060	Les stocks et les approvisionnements	3
AAP070	Gestion du magasin et des stocks	2
AAP080	Gestion des livraisons	2
AAP090	Audit achat	2

INFORMATIQUE

Réf	Intitulé du module	Nbre de jours
INF010	Word : Prise en main	2
INF020	Word : Utiliser des tableaux	1
INF030	Word : Le publipostage	1
INF040	Word : Gestion des documents longs	1
INF050	Excel : Prise en main	2
INF060	Excel : Listes et graphiques	1
INF070	Excel : Gestion des données / Tableaux croisés dynamiques	1
INF080	Excel : Présenter ses données	1
INF090	Excel : Bien connaître les fonctions	1
INF100	PowerPoint : Initiation	1
INF110	PowerPoint : Enrichir et optimiser sa présentation	1
INF120	MS Project : Initiation	2
INF130	Access : Conception d'une base de données	1
INF140	Access : Utilisation de bases de données existantes	1
INF150	Access : Développement d'une application Access	3
INF160	Formation Microsoft Outlook	1
INF170	Réseaux informatiques, concepts et mise en œuvre	3
INF180	Sensibilisation à la sécurité informatique	2

SECRETARIAT ET ASSISTANAT DE DIRECTION

Réf.	Intitulé du module	Nbre de jours
SEC010	Qualité et efficacité au téléphone	1/2
SEC020	Parfaire ses écrits professionnels	1/2
SEC030	Rédiger des courriers professionnels	2
SEC040	Assistante commerciale	2

Description des modules de formation

INNOVATION, STRATEGIE ET CHANGEMENT

Elaborer une stratégie d'innovation

Durée : 2 jours

Profil des participants : Entrepreneurs (social, électronique et traditionnel), aspirants entrepreneurs, étudiants, agences de support à l'innovation (incubateurs, chambres de commerce...), acteurs du business développement

Objectifs :

Produire des résultats opérationnels, à moyen terme (plan stratégique) et à court terme (cahier des charges logiciel)

Avoir une approche systémique

Viser la coopération et la dynamique de groupe

Organiser le changement (appropriation par l'ensemble du personnel)

Cerner l'important, l'essentiel

Description du programme :

Fondements de la méthode CASSIS® stratégie (opportunités de progrès, performance globale, changement et innovation)

Présentation détaillée de la méthode en 11 étapes : de la vision d'entreprise à la définition de la stratégie (théorie et témoignages)

Variante de la méthode CASSIS® stratégie

Librairie Junior : présentation de l'étude de cas

Exercices de mise en situation autour du cas Librairie Junior : expression de la vision d'entreprise, identification des forces, faiblesses et opportunités, brainstorming pour identification et évaluation des propositions d'amélioration, analyse des besoins, proposition d'un modèle stratégique

Management Stratégique de l'innovation

Durée : 3 jours

Profil des participants : Entrepreneurs (social, électronique et traditionnel), aspirants entrepreneurs, étudiants, agences de support à l'innovation (incubateurs, chambres de commerce...), acteurs du business développement

Objectifs :

- Prendre connaissance des fondements et notions clés en management stratégique.
- Les appréhender dans un contexte lié à l'innovation.
- Prendre connaissance d'une démarche stratégique structurée fondée sur une analyse sectorielle et concurrentielle qui vise la création d'espaces de marché nouveaux : la Blue Ocean Strategy (INSEAD).
- Utiliser les outils analytiques de cette méthode en groupe de travail et d'appliquer la démarche canevas stratégique en situation de simulation.
- Être capable d'exprimer les résultats de cette démarche en élaborant un Business-Model selon l'approche développée par Alexander Osterwalder et Yves Pigneur.

Description du programme :

Module 1 : Introduction au Management Stratégique de l'innovation

Principes de management stratégique

La formulation de la stratégie

Stratégie et Innovation

Module 2: Blue Ocean Strategy and Business Modeling

Le cours permettra aux participants de se mettre en situation d'élaboration de stratégie innovante et d'en expérimenter les différentes étapes allant de la conceptualisation de l'idée stratégique à sa formalisation en modèle d'affaires.

Structure du cours :

- Principes de stratégie et d'innovation
- Présentation de la méthode Blue Océan à travers l'exemple Yellow Tails Wines
- Présentation des étapes de la simulation et constitution des groupes de simulation
- Simulation, déroulement des étapes de la méthode
- Restitution orale aux autres groupes et échanges
- Présentation méthode Business Modeling Génération
- Application en groupe de travail

Innovation dans le business model

Durée : 3 jours

Profil des participants : Entrepreneurs (social, électronique et traditionnel), aspirants entrepreneurs, étudiants, agences de support à l'innovation (incubateurs, chambres de commerce...), acteurs du business développement

Objectifs :

Le développement de votre business, ou de votre idée de business requiert de plus en plus de changer certaines règles établies dans le domaine. Le business plan n'est plus l'outil le plus adapté pour supporter ces réflexions en profondeur qui demandent d'oser, d'inventer et d'essayer.

Cette formation vous permettra de découvrir et maîtriser des méthodes et outils pratiques pour la conception collaborative d'un modèle business innovant, prenant en compte ses composantes majeures de manière pratique, provocante et amusante... parce que faire un meilleur business devrait être amusant.

- Découvrir ce qu'un le modèle business et pourquoi vous devriez vous y intéresser
- Maîtriser des outils et techniques pratiques pour approfondir une idée business et concevoir rapidement un modèle business qui a du sens.
- Être capable d'utiliser les outils fournis dans votre contexte professionnel.

Description du programme :

- Découverte
- Contexte business et théorique (retour à Porter et d'autres)
- Évolution : besoin d'outils plus flexibles et de techniques de prototypage business
- Introduction aux outils & techniques
- Design thinking & prototypage business
- Business Model Canvas : éléments constitutifs et techniques d'atelier
- Conception de modèle business
- Exercices pratiques, sur des cas choisis ou apportés par les participants
- Approfondir
- Mise en contexte pour utiliser ces outils au mieux dans votre contexte professionnel

Chaîne de Valeur nouvelle génération

Durée : 3 jours

Profil des participants : Entrepreneurs (social, électronique et traditionnel), aspirants entrepreneurs, étudiants, chercheurs établissant des réseaux pour le transfert de connaissances, acteurs du business développement, agences de support à l'innovation (incubateurs, chambres de commerce...)

Objectifs :

Les entrepreneurs expérimentés reconnaissent l'importance de positionner leur aventure dans un réseau de valeur bien appréhendé, qu'ils soient des entrepreneurs du business traditionnel, électronique ou social.

Cette formation vous permettra de découvrir et maîtriser des méthodes et outils pratiques pour la conception collaborative de réseaux de valeur soutenables, en prêtant une attention particulière à vos partenaires business (potentiels).

Découvrir ce qu'est un réseau de valeur, et comment il remplace positivement les approches de chaînes de valeur classiques

Maîtriser des outils et techniques pratiques pour concevoir et améliorer un réseau de valeur

Être capable d'utiliser les outils fournis dans votre contexte professionnel.

Description du programme :

- Découverte
- Contexte business et théorique (retour à Porter et d'autres)
- Évolution : de la chaîne de valeur au réseau de valeur
- Introduction aux outils & techniques
- Design thinking & fondements d'ateliers collaboratifs
- Approches et notation pour les Réseaux de Valeur
- Conception de réseau de valeur
- Exercices pratiques, sur des cas choisis ou apportés par les participants
- Mise en contexte pour utiliser ces outils au mieux dans votre contexte professionnel

La Systémique pour l'innovation business

Durée : 4 jours

Profil des participants : Entrepreneurs (social, électronique et traditionnel), décideurs politiques, étudiants, acteurs du développement (durable) (économique, local, national), vous-même.

Objectifs :

La Systémique porte une attention renforcée aux connexions et relations entre les gens, les institutions sociales, l'environnement et les technologies. La Systémique est donc directement liée à la viabilité à long terme des innovations.

Cette formation vous permettra de découvrir ce qu'est la systémique, pourquoi elle est intéressante pour l'innovation, quelques outils pratiques qu'elle propose, et de développer votre capacité à percevoir et développer des systèmes, pour l'innovation business entre autres.

Découvrir ce qu'est la systémique, son origine, ses usages et ses liens avec l'innovation et l'innovation business.

Développer votre capacité à considérer des systèmes et en particulier : voir large, identifier des points de levier dans un système complexe, trouver les interdépendances, considérer l'influence des modèles mentaux sur notre futur, considérer le long terme.

Maîtriser des outils et techniques pratiques pour renforcer la capacité (individuelle et de groupe) de considérer les systèmes.

Être capable d'utiliser les outils fournis dans votre contexte professionnel.

Description du programme :

- Contexte et introduction à la systémique (structures et comportements)
- Systèmes en fonction (pourquoi fonctionnent-ils si bien, leurs surprises, opportunités et pièges)
- Créer des changements dans les systèmes (points de levier, changements de mentalités)
- Introduction aux outils & techniques
- 5 disciplines (apprentissage collectif, contrôle personnel, vision partagée, modèles mentaux, pensée systémique)
- Techniques et exercices pour renforcer la capacité individuelle et de groupe
- Conception de systèmes
- Exercices pratiques, sur des cas choisis ou apportés par les participants
- Mise en contexte pour utiliser ces outils au mieux dans votre contexte professionnel

Evaluation Economique

Durée : 3 jours

Profil des participants : Toutes les personnes intéressées par l'évaluation économique.

Objectifs :

La formation "Evaluation économique" a pour objectif d'aguerrir les participants aux outils de mesure économique. Les objectifs sont les suivants :

Définir le cadre théorique de l'évaluation économique, en termes de méthodologie que temporel en intégrant le degré d'avancement du projet ex-ante, in medias res ou ex-post.

Sélectionner l'ensemble des informations à collecter afin de déterminer les coûts et les bénéfices.

Se familiariser avec les outils de mesure d'impacts qu'ils soient qualitatifs ou quantitatifs. Une attention particulière sera portée sur les aspects environnementaux.

Analyser les résultats et conclure sur la pertinence des projets mis en œuvre ou de leur futur impact. Déterminer les conséquences et identifier aspects à améliorer via les techniques d'analyse de sensibilité.

Définir l'horizon temporel du projet, la population cible

Sélection des données à mobilisées

Identifier les coûts à inclure dans l'évaluation, actualisation des coûts

Identification et mesure des résultats (monétaire ou autres approches non monétaires : approches hédoniques, consentement à accepter,...)

Analyse coût –bénéfice

Analyse coût –avantage

Autres approches

Présentation des résultats et mise en perspective des conclusions par analyse de sensibilité

Description du programme :

Choix du cadre méthodologique de l'évaluation économique

Evaluation des coûts

Choix méthodologiques pour l'évaluation des résultats

Modélisation de l'évaluation économique

Présentation et interprétation des conclusions de l'évaluation économique

Créativité organisationnelle et implication des collaborateurs

Durée : 4 jours

Objectifs :

Lors d'une étude exploratoire menée récemment par le Centre sur les besoins des professionnels de la fonction RH en matière de créativité organisationnelle, une forte volonté de découvrir des bonnes pratiques a été exprimée. Les répondants ont également émis le souhait d'analyser les raisons pour lesquelles de telles initiatives ont été mises en œuvre ainsi que les difficultés et les apports qui en ont découlé. Le passage en revue de mesures adoptées par des organisations évoluant dans différents contextes doit permettre de procurer aux participants des idées quant aux solutions adaptables à leurs besoins spécifiques, en tant que professionnels Ressource Humaines ou Manager d'équipe.

Identification et analyse des bonnes pratiques en termes de créativité organisationnelle.

Utilisation d'une grille d'analyse pour mettre en perspective et comparer les initiatives étudiées (possibilité d'application de la grille au contexte spécifique des participants).

Description du programme :

D'une croyance initiale sur la créativité au sens large, vue comme un don personnel, ce cycle de formation de 5 modules présenté ci-après, donnera la preuve que la créativité peut s'entraîner et se développer au travers de méthodes diverses et d'un travail ouvert en collaboration et coopération avec d'autres parties prenantes au sein, et même en dehors, de l'entreprise.

Module 0 – Introduction à la créativité. Définition, concepts et outils de la créativité

Qu'est-ce que la créativité ? Quelles sont les différentes méthodes existantes ? Et dans quel contexte peut-on les utiliser ?

Cette introduction à la créativité vise à préciser le terme de créativité, à présenter les concepts sous-jacents à l'origine des principales méthodes utilisées actuellement en créativité.

Objectifs:

- Définir la créativité
- Présenter les principaux outils
- Préciser leurs utilisations

Programme :

- Définition de la créativité
- Créativité vers innovation
- Les difficultés d'être créatifs
- Listes des outils et classification
- Concepts, outils et acteurs clefs
- Les outils classiques- 1ère simulation

- Les outils contemporains -2ème simulation
- Les outils imaginaires – 3ème simulation.
- Le processus de la créativité
- La pensée créative au quotidien.

Module 1 – Bonnes pratiques & retours d'expériences

Illustrations de mises en place de dispositifs créatifs sur base d'études de cas internationales – Analyse comparative en vue de comprendre les freins et leviers à la mise en place d'un dispositif créatif.

Nous allons étudier des initiatives qui ont débouché sur une meilleure exploitation du potentiel créatif des organisations. Pour chacun des exemples fournis seront notamment analysés les éléments déclencheurs du changement, les effets escomptés, les difficultés de mise en œuvre et les bénéfices réellement engendrés.

Un rappel de l'approche systémique du management de la créativité sera ensuite réalisé. Il servira d'introduction à la mise en perspective des initiatives étudiées à l'aide d'une grille d'analyse qui comprend différentes dimensions agissant en interaction sur le potentiel créatif des organisations (i.e., culture, techno-structure, système de management et collaborateurs).

Module 2 – Outils de diagnostic

Construction d'une grille d'analyse et d'évaluation propre à chaque participant afin d'identifier le potentiel créatif de son entreprise et mieux jouer, en tant que professionnels RH et même manager d'équipe, un rôle moteur. Identification de critères pertinents pour l'évaluation des différentes dimensions organisationnelles considérées dans le diagnostic.

Il n'existe pas de solutions toutes faites en matière de créativité organisationnelle. Le potentiel créatif de l'organisation est affecté par de nombreux facteurs qui agissent en interaction. Le management de la créativité peut donc difficilement se satisfaire d'actions ponctuelles et isolées.

Nous allons vous présenter quelques outils d'analyse qui peuvent répondre au besoin de déterminer les forces et faiblesses de votre organisation en termes de management de son potentiel créatif. Il y aura une réflexion sur les dimensions à retenir en fonction des besoins des participants ainsi qu'une réflexion sur les méthodes d'administration à utiliser et sur le public cible (adaptation des outils aux contextes spécifiques)

Objectifs :

Co-construction d'un outil de diagnostic du climat créatif adapté aux besoins spécifiques des organisations des professionnels présentes.

Identification de méthodes et critères pertinents pour l'évaluation des différentes dimensions organisationnelles considérées dans le diagnostic.

Programme :

L'intervention consiste en la co-construction d'une démarche de diagnostic adapté aux besoins particuliers des participants. Il s'agira dans un premier temps de présenter ces outils dans le détail (logique de fonctionnement, dimensions retenues, items composants chaque dimension, etc). Une perspective critique sera adoptée lors de cette présentation. Dans un second temps, il s'agira d'amender et enrichir ces méthodes grâce à la diversité des apports des participants à cette séance. De cette façon, nous pourrons obtenir un outil adapté aux besoins des participants tant au niveau des dimensions organisationnelles à évaluer que des méthodes et critères d'évaluation à utiliser.

Module 3 – Processus d'émergence et de concrétisation d'une idée créative

... A l'heure actuelle il existe une difficulté d'identifier le processus créatif d'une idée nouvelle. Des préoccupations comme la manière de faire émerger les idées innovantes, de les mener à bien ainsi que de les concrétiser exigent une réflexion de notre part. Il est important de bien connaître le processus créatif d'évaluation d'une idée pour une meilleure gestion de la créativité au sein d'une entreprise. En ce sens des outils et techniques peuvent être identifiés pour comprendre les différentes phases du processus créatif. A cela s'ajoute le besoin de cadre d'analyse pour comprendre les freins et les leviers à la mise en place d'un processus créatif. Nous proposons d'étudier un standard du processus créatif des idées. Chaque phase sera étudiée en détail et des liens vers les méthodes de créativité associées, seront présentés. Cela vous permettrait de bien comprendre la « vie » de la création d'une nouvelle idée ainsi que le chemin de son application. Le processus créatif englobe 5 phases : 1) Formulation du problème ; 2) Stimulation des idées par des méthodes, techniques et logiciels de créativité ; 3) Tri et sélection ; 4) Validation des idées ; 5) Application des idées.

Objectifs :

Connaissances du processus créatif d'une idée (divergence-convergence des idées et évaluation)
Identification des techniques de créativité permettant de répondre à chaque phase du processus

Programme :

Rappel des notions : créativité, créativité organisationnelle et innovation
Positionnement de la créativité dans le processus de l'innovation
Exposition/Présentation d'un standard du processus créatif présenté en 5 phases
Explication/Illustration des 5 phases avec des techniques de créativité
Mettre en pratique 3 techniques de créativité des 3 étapes de vie d'une idée créative (divergence-convergence-sélection)

Module 4 – La détermination des facteurs motivationnels

Identification des facteurs motivationnels les plus pertinents à mobiliser au sein de votre organisation au regard de ses spécificités (culture, types de salariés, etc).
Réflexion sur des méthodes ou pratiques appropriées pour la mobilisation des leviers motivationnels identifiés

Objectifs:

Identification des facteurs motivationnels les plus pertinents à mobiliser au sein de votre organisation au regard de ses spécificités (culture, types de salariés, etc).
Réflexion sur des méthodes ou pratiques appropriées pour la mobilisation des leviers motivationnels identifiés.

Programme:

Liste des facteurs motivationnels
Explication de chaque facteur
Retour d'expérience (être créatif – niveau individuel et partage des idées – niveau collectif)
Co-construction d'une grille d'évaluation des facteurs motivationnels (« As is » and « To be »)

Piloter le changement organisationnel

Durée : 2 jours

Profil des participants :

Chef de projet

Gestionnaire organisationnel

Manager IT

Managers d'équipe

Responsable RH

Objectifs :

Qu'il soit volontaire ou imposé, ponctuel ou permanent, le changement est une réalité à laquelle est confronté l'ensemble des organisations publiques et privées. Comment gérer les transformations organisationnelles nécessaires à l'entrée sur un nouveau marché, au suivi de l'évolution d'un autre, pour profiter des opportunités offertes par un développement technologique ou de nouvelles pratiques managériales, ... ? Il n'y a pas de réponse toute faite à cette question car le processus de changement est phénomène complexe. Complexe car il impacte différentes dimensions organisationnelles qui sont elles-mêmes interdépendantes les unes des autres.

Identifier les motifs d'échecs et de résistance au changement

Comprendre la structure et la dynamique des organisations productives

Comprendre les phases d'un projet de changement

S'interroger sur les éléments à prendre en considération en matière de gestion du changement

Identifier les compétences du responsable de la gestion du changement

Description du programme :

Identification des différents aspects du changement

Organisation des éléments pratiques du changement

Création d'un cadre méthodologique pour gérer au mieux une transformation organisationnelle

Knowledge Management enjeux, définition et mise en œuvre

Durée : 2 jours

Profil des participants : Tout public

Objectifs :

Depuis quelques années, la connaissance est entendue comme un facteur de production au même titre que les traditionnelles terres, travail et capital. Pour certains, elle constitue même le principal facteur de production des entreprises d'aujourd'hui. Qu'est-ce que la connaissance dans un contexte productif ? Quels sont les enjeux de sa gestion ? Quels dispositifs organisationnels et technologiques permettent de gérer cette ressource productive ? Comment mettre en œuvre et piloter un tel dispositif de gestion ? Telles sont les questions qui structurent le contenu de cette formation.

Cette formation offre aux managers et collaborateurs de l'entreprise un panorama des différentes solutions organisationnelles et technologiques susceptibles d'être mobilisées pour rendre effective une démarche de gestion des connaissances. Seront introduits à cette fin, différents outils méthodologiques développés par Tudor et qui permettent de structurer la définition et le développement d'une démarche KM.

Préciser ce que sont les connaissances dans un contexte organisationnel

Recenser les finalités d'un dispositif de Knowledge Management

Identifier les différentes logiques de gestion des connaissances

Présenter différents outils de gestion supportant la définition, la mise en œuvre et le pilotage d'un dispositif de Knowledge Management

Description du programme :

- Knowledge Management, quoi ? pourquoi ? comment ?
- Qu'est-ce que la connaissance ?
- Finalités du Knowledge Management
- Les stratégies de Knowledge Management
- Définition, mise en œuvre et pilotage d'une démarche KM
- Identification de la stratégie KM
- Evaluation et pilotage du dispositif KM
- Mise en œuvre d'une démarche KM

Managez la qualité de vos formations

Durée : 2 jours

Profil des participants :

Responsable d'organisme de formation

Professionnels de la formation

Objectifs :

Dans le domaine de la formation professionnelle, les acteurs se basent sur des processus d'ingénierie de formation qui ont fait leurs preuves. La réflexion sur ces processus et la façon de les améliorer sur base de normes et de labels existants n'est cependant pas à l'ordre du jour de nombreuses sociétés. Entre les normes, les labels, les spécifications techniques et autres, il est souvent difficile de s'y retrouver. Cette formation a pour objectif de vous aider à réfléchir sur la meilleure façon d'améliorer vos processus de formation et sur la façon d'améliorer la qualité de vos formations en vous aidant à choisir une approche qualité qui correspond à vos besoins.

Connaître le vocabulaire lié à la qualité : norme, label, certification, standard, spécification, etc.

Connaître les avantages des normes et des labels et les enjeux de la normalisation

Connaître les principaux organismes délivrant des labels liés à la formation

Connaître les critères qualité de ces labels

Comprendre les normes ISO/IEC 19796, ISO 29990 et NP 4512 traitant de la qualité en formation

Identifier la norme qui correspond le plus à votre besoin d'amélioration de la qualité de vos formations ou de votre organisme de formation

Réfléchir sur son propre processus d'ingénierie de formation en identifier les normes, standards ou labels pouvant servir à les améliorer en échangeant ses bonnes pratiques avec les autres participants à la formation

Description du programme :

Exposés théoriques

Retours d'expérience

Exercices pratiques et mises en situation

Construire son projet de e-formation

Durée : 2 jours

Profil des participants :

Formateur

Responsable d'organisme de formation

Responsable service formation en entreprise

Responsable RH

Professionnels de la formation

Objectifs :

L'intérêt envers les formations e-learning est grandissant, mais un des freins principaux au développement du e-learning est le manque d'expertise des formateurs et des responsables formations.

Que permet de faire le e-learning ? Quels sont les acteurs et les rôles de l'équipe projet ? Quelles sont les étapes de l'ingénierie de formation e-learning : de l'analyse des besoins et du contexte, à l'amélioration du processus et du service, en passant par la conception, le choix des outils, le développement, l'implémentation, l'évaluation ? Voici les principaux thèmes qui seront abordés lors de la formation.

Identifier les avantages et les inconvénients du e-learning

Connaître et comprendre les acteurs et les rôles clés du projet de formation e-learning

Connaître les étapes de l'ingénierie de formation e-learning

Comprendre chaque étape du processus de mise en œuvre d'un projet de formation e-learning

Identifier les livrables qu'il faudra produire tout au long des étapes du projet selon le type de formation e-learning, identifier les modes de tutorat mettre en œuvre

Connaître les solutions techniques existantes en fonction de chaque approche pédagogique retenue

Description du programme :

Exposés théoriques

Retours d'expérience

Exercices pratiques

Adaptez votre offre de formation aux besoins du marché

Durée : 2 jours

Profil des participants :

- Consultants en management
- Consultant
- Fédération professionnelle
- Organisme de formation
- Personne responsable de la prospective
- Responsable de la stratégie
- Responsable RH au sein des entreprises et des organismes publics
- Responsable RH

Objectifs :

Les professionnels de la formation doivent sans cesse actualiser leur offre pour accompagner/guider les entreprises en fonction des composantes de leur environnement (économique, technologique, législative...).

L'anticipation des métiers et compétences leur fournit une réponse pour qu'ils puissent concevoir des formations répondant aux besoins du marché. La formation proposée ici leur permettra d'acquérir un outil de prospective qui les aidera à analyser les évolutions des métiers de demain.

Former les professionnels des métiers au déploiement d'une démarche d'anticipation participative et structurée.

Description du programme :

Présentation de la démarche d'anticipation (fondements, retour d'expériences, objectifs)

Module 1 : Analyser l'évolution de l'environnement d'un métier à horizon 3- 5 ans

Présentation des outils d'identification des éléments expliquant l'évolution d'un métier

Mise en situation : brainstorming modéré, animation de groupe, identification et analyse des déterminants de l'évolution d'un métier, construction d'un plan d'actions

Démonstration du logiciel de support à la construction du profil d'évolution d'un métier et analyse des résultats

Module 2 : Utiliser le profil d'évolution d'un métier comme outil d'aide à la décision

Etude de cas : définir une stratégie des compétences correspondante

Présentation des outils d'identification des compétences clés du métier

Mise en application : animation de groupe, analyse des différentes compétences du référentiel du métier

Module 3 : Définir un référentiel de formation

OPTIMISATION DES ORGANISATIONS

Gestion de projet de construction. Simulation Last Planner avec Villego

Durée : 2 jours

Profil des participants : Acteur de la construction

Objectifs :

Une gestion de projet collaborative pour une meilleure prédictibilité des engagements
Le workshop se déroule autour d'un jeu de simulation Lean en gestion de projet de construction. Cet atelier a été développé afin d'apporter bien plus qu'un enseignement théorique du Last Planner System. Vous mènerez cette expérience dans le but de : « construire avec plus de prédictibilité », « en meilleure conformité avec vos spécifications ».

Last Planner : Apprendre par la pratique avec Villego®
Dès les premiers instants d'utilisation du Last Planner, chacun sera en mesure de comprendre l'essence même d'une approche Lean Construction et de son outil Last Planner. Il ne s'agit en rien d'un nouvel outil de planification mais d'une forme différente de collaboration permettant la mise en œuvre d'équipes projets intégrées.

Description du programme :

Journée 1

Introduction au Lean Construction Management – compréhension et exemples du Lean Chantier
L'application du Lean aux projets de construction nécessite une nouvelle façon d'organiser ses projets et une nouvelle manière de les mener sur le terrain. Nous allons introduire les principes fondamentaux et les conditions nécessaires pour adapter vos pratiques à une approche Lean afin de réduire les gaspillages et rendre plus prédictible les engagements pris.

Points abordés

Les origines du Lean, introductions des principes clés sous-jacents et discussions sur les opportunités pour votre organisation.

Revue des gaspillages et analyse de leurs impacts

Identification des sources de non-performances sur chantier : En appui quelques vidéos

Identification des sources de non-performances en matière de gestion projet de construction

Les premiers outils du Lean visant la stabilité opérationnelle :

5S

VSM : VALUE Stream Mapping...

PokaYoké

Etat des lieux interne des pratiques de gestion de projet et analyse des sources de variabilités :

Echanges avec les participants

Last Planner® System mise en pratique autour d'une simulation de construction

(partie 1)

Introduction au Last Planner System : Développé par Le Vous construisez une maison de manière traditionnelle puis selon les principes du Lean Lean Construction Institute, le Last Planner® System est conçu pour apporter une plus grande fiabilité des performances projet. Au-delà de ces effets,

cet outil contribue à rattraper le retard des projets dans le bâtiment, le génie civil et les projets d'ouvrage d'art.

Points abordés - Construction traditionnelle

Set de simulation Villego® Round 1 : Simulation d'une gestion de projet classique :

Simulation montrant les effets de la variabilité sur la productivité

Mesure de la non-performance

La simulation démarre par un round en mode projet traditionnel. Les résultats sont repris dans un tableau mesurant la performance en temps, en profits ou en pertes. Lors de ce round les participants feront le parallèle avec les problèmes vécus dans leur travail quotidien. « C'est comme sur notre chantier ! » voilà ce qui raisonne dans la salle après ce 1er round. Comme dans la réalité, les participants verront que les temps de réalisation varient énormément de groupe en groupe. Le travail n'est pas du tout prédictible malgré sa répétitivité.

Journée 2

Last Planner® System mise en pratique autour d'une simulation de construction

(partie 2)

Points abordés - Lean construction

Set de simulation Villego® Round 2 : Simulation utilisant le Last Planner® System : La gestion de projet collaborative afin de maximiser la prédictibilité

Mesure de la performance globale

Dans le 2ème round une deuxième maison sera construite selon la méthode du Last Planner. Ci-dessous le démarrage d'une Session Collaborative de Planification SCP.

Avant de démarrer le processus de construction, les participants établiront ensemble le planning d'exécution lors d'une session collaborative de planification. Chacun pourra alors observer les collaborations se mettre en oeuvre, les rôles se définir naturellement comme celui du contractant principal se transformant en un réel « Process Manager ». L'équipe entreprendra ensuite une phase de compression du planning en prenant des engagements irréalistes mais rapidement corrigés en consensus.

Construire

Une fois le planning couleur accroché au mur de la « War-room », tous le monde s'attèle à construire ensemble la maison selon le planning établi au préalable en consensus. A espaces réguliers un temps mort sera marqué afin de mesurer la bonne tenue du planning. Ce temps mort simule le PEP-meeting.

PEP-Meeting

Lors de cette réunion « Production Evaluation et Planning » sera calculé un indicateur clés. Le PPC (Pourcentage de Promesses Conformées) sera calculé pour chaque sous traitant et pour l'équipe dans son intégralité.

"RECHERCHER LES CAUSES D'UN PPC SOUS LES 100%"

Après avoir recherché les causes de non atteinte d'un PPC de 100%, la question est posée si quelqu'un souhaite réordonner son planning sur la prochaine période. L'analyse systématique de périodes de production passées est essentielle à l'amélioration continue. Les résultats seront alors immédiatement visibles de tous.

Résultats

Les indicateurs de performance sont comparés au round 1. Les temps d'exécution sont alors diminués, la productivité augmentée ainsi que les profits. La performance devient alors bien plus prédictible. Rendre le processus de construction robuste et prédictible est le but principal du Last Planner System. Les participants sont maintenant préparés à l'utilisation du Last Planner, à la pratique du planning collaboratif et du PEP- meeting. La performance locale est maintenant aussi synonyme de performance globale.

Last Planner® System : concept théorique & templates et conditions de mise en œuvre

Points abordés

Suite à la simulation une reprise des concepts manipulés préalablement sera proposée.

En parallèle du débriefing, les conditions nécessaires à son application sur le terrain seront abordées point par point.

Master Schedule, Retro planning (Planification), ordonnancement, Charge/Capacité.

Opérationnalisation des tâches

Gestion des 7 flux limitant la variabilité

Sélection et maturité des entreprises à s'inscrire dans un mode projet collaboratif

A3 thinking

Gestion de la WarRoom

Capitalisation, mesure de performance et amélioration continue

Selon le temps disponible une introduction au « Buffer Management » pourra être réalisée. Quelles sont les pratiques en matière de sécurité de temps sur les plannings.

La programmation architecturale au service du projet de construction

Durée : 2 jours

Profil des participants :

Maîtres d'œuvres

Maîtres d'ouvrages publics et privés

Objectifs :

Une approche méthodologique visant à améliorer le processus de programmation architectural et plus précisément la formulation de la demande du Maître d'Ouvrage

Dans un souci de garantir le meilleur retour sur investissement de son projet de construction, une majorité des Maîtres d'Ouvrage (MO) impose, sans volonté de nuire aux architectes, des changements tardifs. C'est à la lecture des premiers plans que le MO découvre **un moyen d'améliorer son activité, de réduire ses coûts d'exploitation, de maintenance ou bien même encore un problème important qui va gêner le fonctionnement de son organisation.**

Ces découvertes tardives, **lorsqu'elles ont lieu**, sont liées au fait que la demande originale (programme) du MO ne mentionne pas certaines exigences pertinentes au regard des objectifs de l'opération ; exigences qui n'ont pas été identifiées ou qui ont été écartés pour laisser la place à d'autres exigences moins importantes.

Soucieux de satisfaire pleinement leur MO, les architectes (MOE) répondent à ces changements tardifs impliquant une quantité importante de retravail et une relation conflictuelle impactant significativement la performance du projet et la qualité finale du bâtiment.

Dans la plupart des cas, **ces problèmes ne sont pas liés à la mauvaise volonté ou au manque de compétence mais au fait que l'étape de programmation est plus complexe que ce qu'il n'y paraît.** Il ne suffit pas de demander aux clients ce dont ils ont besoin mais il est important d'avoir une **démarche structurée**. Démarche qui doit amener le client à se poser les bonnes questions qui lui permettront d'identifier les exigences les plus pertinentes et de fournir un programme plus complet et plus robuste à la maîtrise d'oeuvre. Même lorsque l'architecte, conscient de ce problème, prend du temps en début de projet pour aider le client à améliorer sa formulation de la demande, plusieurs difficultés apparaissent :

La maîtrise d'ouvrage a des difficultés à répondre aux questions de l'architecte sur ses besoins. Ceci souvent de part le manque d'études préalables qui permettent de mieux comprendre l'origine, la justification et l'importance de certains besoins,

L'architecte se retrouve dans la nécessité de poser le problème en même temps qu'il essaye de le résoudre, ce qui ne donne souvent pas les meilleurs résultats,

Le processus de programmation n'est pas le même que le processus de conception ; une démarche appropriée est nécessaire mais souvent méconnue.

Le manque de robustesse et de pertinence du programme de construction est donc parfois fortement lié au manque de connaissance des moyens ou méthodes qui peuvent permettre de faciliter la réalisation de cette étape.

C'est dans ce contexte que le Centre Henri Tudor, en s'associant à M. Vanneyrre architecte et programmiste de grande expérience, offre une alternative destinée aux MO et MOE en proposant une aide à la maîtrise d'ouvrage, **une démarche programmatique** qui traverse le processus de production du bâti, qui **quantifié et qualifie la commande et permet d'avoir une vision globale et synthétique des problèmes posés.**

Illustrer l'importance de l'étape de programmation

Faire connaître les enjeux et modalités d'organisation d'une démarche programmatique

Exposer les différentes phases de la démarche

Illustrer l'importance des différentes étapes sur des cas concrets

Développer le processus en partant de la commande jusqu'à l'occupation des locaux

Description du programme :

JOURNEE 1

Place de la programmation dans le processus maîtrise l'ouvrage/ maîtrise d'œuvre

Les études préalables pré-opérationnelles

Démarches et éléments nécessaires pour aborder le pré programme

JOURNEE 2

Développement du préprogramme et du programme opérationnel

Lean chantier et excellence opérationnelle dans la construction

Durée : 2 jours

Profil des participants :

- Maîtres d'oeuvres
- Maîtres d'ouvrages publics et privés

Objectifs :

Augmenter la productivité, réduire les gaspillages et améliorer l'efficacité des projets de construction grâce à l'excellence opérationnelle.

Cette formation permettra aux participants d'identifier les sources de gaspillages sur chantier et de connaître les outils nécessaires à leurs éliminations.

Saviez-vous que :

50% des projets de construction subissent des retards affectant le budget global

10% des matériaux sont définitivement perdus

30% des activités de conception consistent à retravailler les plans pour y intégrer des modifications

12% du temps d'un ouvrier sur chantier est réellement dédiée à sa tâche, le reste étant des déplacements, de l'attente ou du retravail

Il existe aujourd'hui des outils et méthodes d'amélioration continue et d'excellence opérationnelle, analogues à ceux employés en milieu manufacturier permettant d'augmenter la productivité du secteur de la construction en chassant toutes formes de gaspillages sur site et de renforcer la prédictibilité de la planification de projet.

Description du programme :

JOURNEE 1

- **Définitions et principales notions du Lean Construction**

L'application du Lean aux projets de construction nécessite une nouvelle façon d'imaginer son chantier et une capacité à identifier les sources de non-valeur ajoutée. Cette nouvelle organisation a pour but d'éliminer l'ensemble de la non-valeur ajoutée et s'attache à faire progresser les entreprises de construction sur les 4 axes suivants :



En rendant homogène l'amélioration sur les 4 axes de progrès, le Lean construction ouvre un nouveau chapitre sur la performance des opérations immobilières.

Partie 1 : Formation par l'exemple (vidéos, photos...) à l'identification des sources de gaspillages sur chantier.

Partie 2 : Présentation des outils de l'excellence opérationnelle nécessaires à l'éliminations des gaspillages.

VSM: Diagnostiquer et organiser les ateliers d'amélioration à l'aide de la cartographie de la chaîne de la valeur

5S : Ordonner, organiser et pérenniser son chantier

Qualité Intégrée : Faire bien du premier coup afin de construire sans réserve

Management terrain : Impliquer, communiquer et anticiper

Travail en flux et Kanban : Gérer les flux d'approvisionnement

Préparation à J-1

Last Planner System

« Eliminer la non-valeur ajoutée n'est pas un problème, la trouver est un problème. », [TaiichiOhno](#)

JOURNEE 2

– Découvrir L'excellence Opérationnelle par les Mains: MécanoLean

Dans un environnement très concurrentiel, les chantiers profitables sont ceux qui ont su mettre en place des démarches d'amélioration continue et d'excellence opérationnelle pour réaliser des gains de productivité. Or ces méthodes sont encore trop peu connues et trop peu utilisées dans l'industrie de la construction. Elles font pourtant partie des démarches d'innovation organisationnelle très rependues dans d'autres industries, ayant pu ainsi anticiper ses conditions de marchés plus contraignantes et continuer à être compétitives. Ce module permettra aux participants d'acquérir une méthodologie d'implémentation du Lean en production par la pratique et de concevoir un schéma de production débarrassé de production excessive, attentes, transport et manutention inutiles, tâches inutiles, stocks, mouvements inutiles et production défectueuse.

– Débat sur comment implémenter l'Excellence Opérationnelle sur vos chantiers.

Analyse des gains potentiels.

Le Supply Chain Management élément stratégique de l'entreprise

Durée : 2 jours

Profil des participants :

Directeur

Ingénieur

Responsable logistique

Production

Approvisionnement

Magasin

Objectifs :

Le Supply Chain Management (SCM) est de plus en plus générateur d'avantages compétitifs pour les industriels et les entreprises de services, car il établit un partenariat à long terme entre des organisations géographiquement et juridiquement indépendantes, basé sur la confiance et favorisant les relations gagnant-gagnant. Le SCM, c'est aussi la synchronisation de flux matériels, financiers et d'informations d'où résultent des gains significatifs en termes de réponse à la demande, d'agilité, de réduction de coûts... et donc une compétitivité accrue. Ce ne sont plus les entreprises, mais les chaînes logistiques qui sont en compétition.

En abordant les différentes fonctions de la Supply Chain dans une approche globale, le cours aide les participants à mieux comprendre les tenants et aboutissants d'une discipline d'avenir qui se veut d'une importance stratégique pour les entreprises désireuses de se faire une place dans le business de demain.

Comprendre le Supply Chain Management (SCM) et appréhender le potentiel de compétitivité qu'il apporte à l'entreprise

Maîtriser la chaîne logistique et ses mécanismes

Avoir une vision synthétique des diverses approches, méthodes et outils du SCM

Description du programme :

Introduction à la logistique et au Supply Chain Management

Philosophie de gestion globale

La chaîne interne : planification, ordonnancement

Chaîne logistique et distribution

Force des liens et leur mesure

Gestion de la chaîne logistique verte

Durée : 2 jours

Profil des participants :

Responsable de l'approvisionnement

Responsable logistique, production, approvisionnement magasin

Responsable logistique

Responsables/Ingénieur environnement

Responsables/Ingénieur production

Objectifs :

Les questionnements sur l'environnement des dernières décennies ont permis une réelle prise de conscience sur la nécessité de traiter les problèmes de pollution environnementale qui sont le corollaire pour le moment inévitable du développement et du processus de gestion de la chaîne logistique. Dès lors, la gestion des chaînes logistiques vertes s'impose naturellement comme nouvel outil pour gérer tous les processus directs comme l'achat de matières premières, la production et la distribution mais aussi les processus inverses de collecte et de retraitement de produits utilisés ou non afin d'assurer un équilibre économique et écologique durable. Toutes ces thématiques seront développées dans cette formation pour que les participants soient en mesure de développer leur propre stratégie de Green management de la chaîne logistique.

A l'issue de ce module, les participants connaîtront l'ensemble des concepts liés à la chaîne logistique verte

Description du programme :

Inventaire des évaluations du cycle de vie

Logistique verte

Design écologique

Approvisionnement vert

Planification et ordonnancement de la production

Durée : 2 jours

Profil des participants :

Directeur
Ingénieur
Responsable logistique
Production
Approvisionnement
Magasin

Objectifs :

La planification et l'ordonnancement sont deux fonctions clés au sein des systèmes de production de biens et de services. Elles permettent une gestion efficace et optimisée des activités de production et logistiques.

Maîtriser la planification et l'ordonnancement engendre des gains significatifs en termes de réponse à la demande, d'agilité, de réduction des coûts... et donc une compétitivité accrue de l'entreprise.

Comprendre les enjeux de la planification et de l'ordonnancement

Maîtriser les concepts fondamentaux de ces disciplines

Appréhender les divers systèmes, méthodes et solutions utilisées en pratique

Description du programme :

Introduction à la gestion de production de biens et de services

Planification

Méthodes de planification

Outils pour la planification

Ordonnancement

Systèmes de production

Solutions d'ordonnancement

Intégration des décisions

Simulation des flux

Durée : 2 jours

Profil des participants :

Directeur

Gestionnaire de production

Ingénieur

Responsable logistique

Responsable magasin

Objectifs :

« Que se passe-t-il si... ? »

Dans le contexte économique actuel qui est de plus en plus complexe et changeant, la simulation des flux permet de reproduire un système réel à l'aide d'un outil informatique à moindre coût et ainsi d'évaluer le comportement du système soumis à diverses situations.

Fournir les aspects méthodologiques et les connaissances de base pour l'utilisation efficace et correcte de la modélisation et de la simulation en gestion des systèmes de production et logistiques

Analyser et comprendre le fonctionnement des systèmes de production et logistiques par leurs modèles

Apprendre à utiliser les outils les mieux adaptés pour concevoir, dimensionner et gérer des systèmes de production et logistiques complexes

Apprendre à créer et à tester des scénarios de modes de fonctionnement et des décisions en gestion de production et gestion de flux de distribution

Description du programme :

Les besoins élémentaires pour la compréhension et l'analyse du fonctionnement des systèmes de production et logistiques.

Les éléments théoriques en :

Modélisation des systèmes

Évaluation des performances des systèmes de production et logistiques

Réseaux de files d'attente

Analyse statistique de résultats de simulation

Un support logiciel de simulation à événements discrets (ARENA)

Des cas pratiques et des exercices d'application

Les-fondamentaux-de-la-théorie-des-contraintes

Durée : 2 jours

Profil des participants :

Directeur

Production

Dirigeant d'entreprise

Approvisionnement

Ingénieur

Magasin

Responsable logistique

Objectifs :

La Théorie des Contraintes (TOC) a été la première approche de management à reconnaître que tous les éléments d'une organisation sont dépendants. Approche scientifique de la gestion des organisations créée par le Dr. E.Y. Goldratt, celui-ci en introduit pour la première fois les concepts dans le bestseller « Le But » en 1984. Elle part de ce constat : « chaque système doit avoir une contrainte. Sinon ses recettes augmenteraient infiniment ou seraient nulles ». En août 2011, Time Magazine a classé « le But parmi » les 25 livres qui ont eu le plus d'influence sur le management.

Description du programme :

Les Concepts de la Théorie des Contraintes (1/2 journée)

- Maîtriser les principes et les concepts de la Théorie des Contraintes.
- Montrer son aptitude à appliquer ces idées fondamentales au sien d'un scénario réaliste.
- Comprendre la différence entre un système « simple » et « complexe »
- Connaître et comprendre le processus des 5 étapes de focalisation.
- Comprendre la relation entre un but réaliste, les conditions nécessaires pour l'atteindre, et les prérequis pour obtenir ces dernières.
- Décrire les mesures / indicateurs proposés par la Théorie des Contraintes.

Thinking Processes (1/2 journée)

- Avoir compris les bases de la méthode Thinking Process. Pour un scénario simplifié être capable de déterminer les relations logiques entre les éléments décrits dans celui-ci.
- Être capable de faire la différence entre une condition nécessaire et une condition suffisante.
- Être capable de modéliser et éliminer un conflit.
- Être capable de faire un enchaînement logique décrivant une situation particulière.
- Pouvoir identifier les niveaux de résistance au changement.

Applications (1journée)

- Maîtriser les concepts de base de l'application de la Théorie des Contraintes dans les domaines de : supply chain et la logistique, la gestion de projet et le système de mesure.
- Identifier une contrainte, la protection appropriée. Savoir la différence entre une protection en temps et une protection en stock et établir les liens de communication nécessaires.
- Déterminer le produit mix, dans un environnement présentant une contrainte.
- Être capable de gérer un projet spécifique selon les principes de la Théorie des Contraintes.

CONCEPTION ET GESTION DES PROJETS IT

Alignement Business/IT

Durée : 2 jours

En fonction des besoins :

Une demi-journée

Une journée

Un workshop autour d'un cas d'étude détaillé

Profil des participants : Tout le monde intéressé par la gestion de l'entreprise, l'innovation, le développement de nouveaux services ou la modification de l'offre de services.

Objectifs :

Aujourd'hui, les entreprises doivent régulièrement investir dans les technologies de l'information et de la communication. Dans un contexte où les ressources budgétaires sont limitées, les responsables informatiques et métiers reconnaissent l'intérêt stratégique d'avoir des outils informatiques en adéquation avec ses besoins et les services offerts aux clients. Ceci implique une attention plus accrue aux projets d'innovation. Ces derniers peuvent s'orienter vers des évolutions dans les produits et services existants, mais aussi viser à changer significativement leur offre de services ou même adresser un besoin non couvert pour acquérir un avantage compétitif.

Comprendre les enjeux de l'alignement business/IT.

Comprendre les possibles manifestations de l'alignement business/IT dans une société.

Comprendre les implications de l'alignement business/IT pour le développement de nouveaux services et produits.

Comprendre les défis de l'alignement business/IT.

Description du programme :

La définition de l'alignement business/IT.

La théorie de l'alignement business/IT.

Des scénarios possibles de l'alignement business/IT dans une entreprise.

Les écarts d'alignement business/IT.

Les possibles défis pour l'alignement business/IT.

Les implications pour le développement de nouveaux services et produits.

Les implications pour la gestion de l'innovation dans la société.

Cycle Skills manager

Durée : Entre 1 et 3 jours selon les modules

Profil des participants :

Chef de produit

Chef de projet débutant ou futur chef de projet

Chef de projet expérimenté détenteur de la certification HSPTP

Chef de projet informatique ; chef de projet PCA

Chef de projet qualité ; chef de projet services

Chef de projet Web

Chef de projets confirmé détenteur de la certification HSPTP

Chef de projets outsourcing ; chef de projet

Objectifs :

Développez vos compétences en gestion de projets !

Description du programme :

Module 1 : Fondamentaux de la gestion de projet

Module 2 : Communication

Module 3 : Serious Game

Module 4 : Gestion de l'équipe projet

Module 5 : Négociation, conflit et intelligence collective

Module 6 : Leadership

Module 7 : Time management

Module 8 : Créativité

Module 9 : Planification de projet

Module 10 : Gestion des achats et contrats

Module 11 : Gestion de la qualité

Module 12 : Gestion du changement

Module 13 : Pilotage et suivi de projet

Module 14 : Gestion des risques

Module 15 : Portfolio management

Introduction aux différents référentiels de gestion de projet HERMES, PRINCE2™, IPMA et PMBOK®, ScrumXP et plus

Durée : 1 jour

Profil des participants : Chef de projet

Objectifs :

Cette formation s'inscrit dans le cadre de la communauté de pratiques sur la gestion de projet au Luxembourg (voir le site www.gestiondeprojet.lu) et vise à présenter plusieurs méthodologies de gestion de projet.

La formation a pour objectif de vous rendre capable de nommer, reconnaître et expliquer les spécificités de chacun des référentiels de gestion de projet exposés

Description du programme :

Chaque référentiel de gestion de projet, abordé dans la formation, est balisé par les modules "repères", "démarche", "concepts-clés", "support" et "évaluation".

Le module Repères présente la cible, le périmètre, la diffusion et l'évolution du référentiel

Le module Démarche présente la structure du référentiel : processus, rôles, livrables, techniques de travail...

Le module Concepts-clés présente les éléments importants, spécifiques et différenciateurs du référentiel

Le module Supports présente l'aide que vous pouvez attendre pour mettre en œuvre le référentiel (lien, livres, formation, association...)

Le module Evaluation présente le principe des certifications professionnelles proposé autour de ce référentiel

Des exercices sont proposés aux participants pour leur permettre d'évaluer leurs acquis. Pour compléter leurs connaissances, les participants ont la possibilité d'accéder à des informations complémentaires. La participation implique que le stagiaire accepte de réaliser l'évaluation de la formation.

Les fondamentaux de la gestion de projet

Durée : 2 jours

Profil des participants :

Chef de projet débutant

Futur chef de projet

Objectifs :

Le chef de projet débutant qui se voit confier un projet doit acquérir en un minimum de temps les techniques requises par le mode projet.

Au-delà de la façon dont les référentiels du marché (PMBOK®, Hermès, Prince 2®) proposent d'appréhender la gestion de projet, cette formation a pour but de montrer au jeune chef de projet les fondamentaux de la gestion de projet telle que tous les chefs de projet la vivent au quotidien, en parcourant les processus classiques du projet, ses activités et la terminologie du métier. Cette formation invitera les stagiaires à questionner les raisons de mise en œuvre de chaque activité au cours du projet, ainsi qu'à identifier les meilleurs instants pour leur application. Ces réflexions seront complétées par la mise en perspective des processus projet au travers des normes et référentiels du marché et des certifications possibles.

Comprendre l'intérêt de travailler en mode projet et le rôle du chef de projet

Connaître les diverses activités de conduite de projet

Savoir quand et comment les appliquer

Description du programme :

Généralités

Origines et définition du mode projet

Définition et caractéristiques du projet

Processus projet et activités de gestion de projet

Normes, référentiels et certifications

Les acteurs du projet

Objectifs des projets

Définition des objectifs du projet

Identification des livrables (PBS)

Spécifications des exigences

Gestion de la qualité et des tests

Responsabilité du chef de projet
Organisation des tests
Planification et Estimation des charges
Identification des tâches (WBS), des ressources (OBS)
Cycles de vie, séquençement des tâches (PERT) et visualisation du planning (Gantt)
Nivellement des ressources, référence, baseline et planning courant
Méthodes d'estimation
Gestion des risques
Identification et évaluation des risques
Traitement et prévention
Pilotage de projet
Dynamique du pilotage de projet
Fonctions du tableau de bord et indicateurs
Suivi, contrôle
Clôture de projet
Gestion de projet agile
Concepts de l'agilité
Rôles agiles et pratiques agiles
Gestion du changement
Modèle de gestion du changement
Résistance au changement, peut-on gérer le changement ?

Maîtrisez les aléas sur votre projet

Durée : 1 jour

Profil des participants :

Chef de projet

Directeur de projets

PMO (Project Management Office)

Responsable qualité ou organisation

Objectifs :

De nos jours les projets évoluent dans un environnement incertain et en forte évolution, les hypothèses et circonstances présentes en début de projet ont toutes les chances d'évoluer durant la vie du projet. Savoir identifier et maîtriser les aléas sur vos projets devient essentiel pour les mener à bien. La gestion de risques propose des étapes et techniques qui permettent de mieux gérer ces aléas.

Présenter des techniques de gestion des risques dans le cadre d'un projet

Se familiariser avec les méthodes, techniques et outils nécessaires à la mise en place des pratiques de gestion des risques pour un projet, une organisation.

Comprendre comment sont gérés les risques dans différentes méthodologies de conduite de projet

Description du programme :

Introduction à la gestion des risques : contexte, objectifs, concepts, processus

Organisation de la gestion des risques

Identification des risques et causes

Evaluation des risques

Choix et planification des actions de traitement, détermination du plan d'action

Suivi des risques (indicateurs, tableau de bord)

Application avec QUAPITAL-HERMES

Comment choisir sur quels projets se concentrer

Durée : 1 jour

Profil des participants :

Directeur de projets

PMO (Project Management Office)

Responsable qualité ou organisation

Chef de service, directeur

Chef de projet confirmé

Objectifs :

Avec la multiplication des projets en entreprise, il devient important pour les dirigeants de concentrer les efforts sur les projets importants. Le portefeuille de projets est l'outil décisionnel qui vise à mener les bons projets en les identifiant, évaluant et priorisant.

La formation s'attachera aussi à découvrir les différentes missions du PMO (Project Management Office) dont la plus courante est la gestion du portefeuille de projets.

Connaître les différents modes de gestion multi-projets

Comprendre la problématique de la gestion de portefeuille et ses enjeux

Connaître les différents concepts et étapes de la gestion de portefeuille de projets

Avoir connaissance des outils

Savoir mettre en application ces connaissances pour développer un tableau de bord

Description du programme :

Historique et référentiels

Les origines de la gestion de portefeuille

Les enjeux de la gestion de portefeuille

Les principaux référentiels

Liens et distinctions projet/programme/portefeuille

Comment piloter et outiller son portefeuille de projets

L'organisation et les rôles pour manager le portefeuille

Processus clés : sélection, évaluation, autorisation, priorisation

La gestion de projet par la Théorie des Contraintes (TOC)

Durée : 2 jours

Profil des participants :

Chef d'équipe

Chef de projet

Gestionnaire de projet

Responsable de services

Objectifs :

La Théorie des Contraintes (TOC) a été la première approche de management à reconnaître que tous les éléments d'une organisation sont dépendants. Approche scientifique de la gestion des organisations créée par le Dr. E.Y. Goldratt, celui-ci en introduit pour la première fois les concepts dans le bestseller « Le But » en 1984. Elle part de ce constat : « chaque système doit avoir une contrainte. Sinon ses recettes augmenteraient infiniment ou seraient nulles ». En 1997 E.Y. Goldratt applique l'approche de la TOC à la gestion de projet, ce qui deviendra Le Critical Chain Project Management.

La Gestion de Projet par la Chaîne Critique met l'accent sur la date et la vitesse de la livraison du projet. Elle réduit significativement le risque de changements dans les spécifications et celui de dépassement du budget de projet, tout en apportant un meilleur confort au sein des équipes projet. Ces résultats deviennent possibles grâce à une autre façon de concevoir le plan de projet, ses mesures et son contrôle lors de la réalisation.

En outre, la Gestion de Projet par la Chaîne Critique (CCPM) complète le Project Management Body Of Knowledge (PMBOK) dans les domaines de la planification et suivie de la performance de projet. La formation comprendra une comparaison contrastée des différences entre Gestion de Projet par la Chaîne Critique (CCPM) et les méthodes traditionnelles de gestion de projet tels que Chemin Critique, ou PERT. Vous pourrez ainsi comprendre comment planifier un projet selon CCPM, définir le scope du projet, construire le work breakdown structure.

La formation vous rendra également capable d'identifier la contrainte du projet, de définir la priorité entre les projets.

En ce qui concerne la création du réseau d'un projet, de sa planification et les indicateurs de suivi, vous serez en mesure de comparer les pratiques et les règles conventionnelles avec ceux proposés par la Gestion de Projet par la Chaîne Critique.

Finalement vous connaîtrez la différence entre environnement mono et multi-projet.

Description du programme :

Théorie des Contraintes (1/2 journée)

Introduction

Système de mesure

Exercices

Gestion de projet dans un environnement mono-projet (1journée)

Les symptômes de la gestion de projet

Les causes-racines qui induisent les symptômes

L'estimation de la durée des tâches

La gestion de l'incertitude et de la variation

La planification du projet : chemin critique vs. Chaîne critique

Les protections (buffers) à intégrer dans un planning de projet : combien, de quels types, emplacement, dimensionnement

La gestion des protections

Simulations

Gestion de projet dans un environnement multi-projets (1/2 journée)

Planification et exécution

La gestion des ressources

La gestion des tâches, un nouveau métier

Sélectionnez votre logiciel une méthode outillée de gestion des appels d'offres

Durée : 2 jours

Profil des participants :

Chef de projet

Consultant

Responsable IT

Responsable qualité

Objectifs :

L'informatisation des PME/PMI est en retard par rapport aux standards du marché, principalement par manque de temps et de moyens humains. Le conseil informatique en sélection de logiciels (assistance à la maîtrise d'ouvrage) dispose d'opportunités sur ce segment de marché. Aujourd'hui, avec le succès croissant des logiciels d'entreprise intégrés (type ERP), bon nombre de PME décident de revoir leur système d'information. Le Centre Henri Tudor propose guides, templates et outils pour faciliter la rédaction de cahiers des charges et l'animation des appels d'offres. Cela en vue d'améliorer la relation client-fournisseur et ensuite, de faciliter la mise en oeuvre de ces logiciels. Ces outils facilitent la sélection d'un prestataire informatique et le choix des outils les mieux adaptés aux besoins. L'amélioration de la relation client-fournisseur passe par la connaissance et la maîtrise des phases et techniques d'avant-projet. La qualité d'un cahier des charges et de l'appel d'offres garantissent aux clients et aux fournisseurs les meilleures conditions pour le projet de sélection d'un logiciel. Un outillage logiciel associé permet de suivre les principes de la méthode et facilite la création d'un cahier des charges, puis l'animation d'un appel d'offres. La méthode outillée est complètement utilisable pour d'autres cibles que les PME/PMI.

Permettre de mieux maîtriser les phases d'avant-projet avec un outil logiciel adapté : OPAL

Mettre en oeuvre une méthode efficace de sélection de logiciels à travers un cas réel

Se familiariser avec l'outil d'animation d'appels d'offres OPAL

Former les consultants et les responsables informatiques à l'élaboration de cahiers des charges pour la sélection de logiciel en PME et animer des appels d'offres selon une méthode simple et éprouvée

Améliorer la performance des consultants IT lors de leur mission en PME

Identifier les phases critiques de rédaction de cahier des charges et d'animation d'appel d'offres

Se préparer, pour ceux qui le souhaitent, à la labellisation CASSIS ® en sélection logicielle

Description du programme :

Fondements de la méthode :

Organisation d'un projet

Lancement d'un projet

Expression des besoins

Présélection des fournisseurs

Rédaction de cahiers des charges

Appel d'offres

Analyses des offres

Sélection d'un partenaire SSII

Aide à la contractualisation

Présentation de la méthode : théorie et témoignages (cas PME, cas administration)

Utilisation du logiciel OPAL : logiciel de support au consultant dans ses missions en PME

Etude de cas :

Une PME dont le métier est en pleine évolution

Quels besoins pour quel outil informatique ?

Mise en situation :

Expression des objectifs

Expression des besoins

Identification des processus business de l'entreprise

Identification des forces/faiblesses du système actuel

Rédaction de fiches d'exigences

Pondération des exigences

Rédaction d'un cahier des charges

Réception des offres

Sélection d'un partenaire

Génération du rapport d'assistance à la maîtrise d'ouvrage

Concevez des sites web ergonomiques

Durée : 1 jour

Profil des participants :

Chef de projet informatique	Informaticien
Chef de projet Web	Responsable et ingénieur informatique
Concepteur	Responsable IT
Designer	Webmaster

Objectifs :

L'amélioration de la qualité des sites web passe inévitablement par la prise en compte de leur ergonomie. Une meilleure utilisabilité favorise en effet une plus grande satisfaction de l'utilisateur et une plus grande efficacité de ses interactions avec l'interface.

Cette formation propose une présentation et une application des principales méthodes ergonomiques qui permettront aux professionnels de concevoir des sites web faciles à utiliser. A partir de cas d'étude et de parties théoriques, les interventions offriront tous les outils nécessaires à renforcer « l'expérience utilisateur » : critères ergonomiques, mise en place de tests utilisateurs, organisation du contenu d'un site web, et d'autres astuces pratiques et faciles à mettre en œuvre.

Concevoir une interface centrée sur l'utilisateur

Évaluer un logiciel pour connaître son utilisabilité

Appliquer des critères ergonomiques pour la conception d'un site web

Modéliser la tâche de l'utilisateur

Identifier les sources de satisfaction dans l'expérience utilisateur lors des interactions homme-machine

Mesurer les facteurs humains de charge de travail mentale, d'apprentissage et de mémorisation

Appliquer des méthodes particulières de recueil d'informations concernant l'utilisateur

Description du programme :

Qu'est-ce qu'une interface homme-machine ?

Qu'est-ce que l'ergonomie des logiciels ?

Définition de l'utilisabilité (norme et critères)

L'utilisabilité dans les projets informatiques

Connaître ses utilisateurs

La modélisation de la tâche

Le tri de cartes

Concevoir : la conception centrée sur l'utilisateur

Ergonomie de conception : généralité

Le cycle de vie d'une conception centrée sur l'utilisateur

Évaluer : méthodes d'analyse ergonomique

Les principales méthodes en ergonomie des logiciels

Les critères ergonomiques

Les tests utilisateurs

Quelques méthodes complémentaires, rapides et efficaces (le test des 5 secondes, la méthode RITE)

ENVIRONNEMENT, GESTION DURABLE

Analyse du Cycle de Vie (ACV) un outil pour mesurer le progrès vers le développement durable

Durée : 2 jours

Profil des participants : Enseignants-chercheurs et ingénieurs R&D opérants dans le secteur public ou privé, en lien avec l'industrie (tous secteurs).

Objectifs :

Comprendre les finalités et la valeur ajoutée de l'évaluation environnementale de produits ou de procédés : l'Analyse du Cycle de Vie (ACV)

Maîtriser les bases méthodologiques de l'ACV, nécessaires à l'application pratique.

Découvrir les différents logiciels utilisés en fonction de l'objet de l'étude.

Description du programme :

Introduction

Principes de l'ACV

Contexte normatif et historique

Reconnaissance de la méthode et valeur ajoutée

Inventaire du cycle de vie

Objectifs et Périmètre de l'étude : différencier les 3 situations du ILCD handbook influençant les choix de modélisation

Collecte des données : Données primaires et secondaires - Qualité des données primaires et bases de données secondaires

Modélisation de l'inventaire du cycle de vie : Création de nouveaux modules d'inventaires – Allocations – Construction de modèle ACV pour un produit ; pour un bâtiment ; simulation de procédés

Évaluation et interprétation des impacts du cycle de vie

Catégories d'impacts et Méthodes LCIA : Approche mid-point et end-point et limites associées

Modélisation de la toxicité (USEtox)

Résultats et interprétation : Analyse de contribution / de gravité – Interprétation

Analyse de sensibilité et Analyse d'incertitudes

Valorisation des résultats d'ACV

Construire une stratégie ACV en entreprise

Communiquer des résultats ACV selon les objectifs de l'étude

Règlements européens sur les produits chimiques REACH et CLP : obligations, impacts et opportunités pour les entreprises

Durée : 2 jours

Profil des participants : Aacteurs institutionnels nationaux opérants dans le secteur public ou privé, en lien avec les entreprises (tous secteurs).

Objectifs :

Connaitre les obligations des règlements européens REACH (Enregistrement, Evaluation, Autorisation et restrictions des substances Chimiques) et CLP (Classification, Labelling, Packaging) pour les entreprises

Comprendre les impacts et les opportunités que ces règlements représentent pour les activités des entreprises.

Support pédagogique : la formation alternera des sessions théoriques et des sessions plus pratiques sous formes d'exercices.

Description du programme :

Introduction aux règlements REACH&CLP

Contexte réglementaire européen, définitions et informations clés

Présentation des institutions européennes impliquées dans REACH & CLP

L'Agence Européenne des produits chimiques et rôles des différents comités impliqués dans REACH &CLP

La Commission européenne et son rôle dans le cadre de REACH&CLP

Spécificités nationales (contrôles et sanctions) et rôle des Helpdesks nationaux

REACH : obligations, impacts et opportunités pour les entreprises

Principes et chiffres clés

Les quatre procédures de REACH

Importation, exportation et rôle du représentant exclusif

Impacts potentiels pour les entreprises et opportunités en termes d'innovation

CLP: obligations, impacts et opportunités pour les entreprises

Principes et chiffres clés du CLP

Classification des produits chimiques

Etiquetage des produits chimiques

Impacts potentiels et enjeux pour les entreprises

REACH&CLP : les Fiches de données de sécurité (FDS)

Principales obligations liées aux FDS

FDS et scénario d'exposition

Impacts potentiels et enjeux pour les entreprises

REACH &CLP :

Sources d'information et bases de données pertinentes

MANAGEMENT PUBLIC

تعريف المشاركين بأهمية القانون الإدارية من خلال تنظيمه المباشر لأعمال هذه الإدارة، و تنمية مهاراتهم في كيفية الاستفادة من قواعد القانون الإداري في تيسير الأعمال الادارية و إيجاد القدرة لديهم على تكييف أعمالهم الإدارية لكي تتناسب مع متطلبات القانون الاداري

محاو التكوين

التعريف بالقانون الإداري وموضوعاته

ضرورة القانون الإداري لأعمال الإدارة العامة

المحاو الاساسية للقانون الاداري

- التنظيم الاداري

أولا: المركزية الادارية

ثانيا: اللامركزية الادارية

- النشاط الاداري

أولا: الضبط الاداري (الشرطة الادارية)

ثانيا: الجانب الخدماتي او المرافق العمومية

- القضاء الاداري والمنازعات الادارية

أولا: مجمل المنازعات التي يكون احد اطرفها شخص من اشخاص القانون العام

ثانيا: كيفية اتخاذ القرار الإداري من المرجع المختص

ثالثا: صياغة القرارات الإدارية و تصحيحها و الطعن بها

Cadre juridique des collectivités territoriales

Durée : 2 jours

Description du programme

Nouveautés de la loi 112-14 Préfectures et provinces

- Sensibiliser les participants quant à l'importance de la nouvelle organisation territoriale marocaine en tenant compte des dispositions de la nouvelle constitution 2011 et les lois à caractère organisationnelles régissant les collectivités territoriales ;
- Comprendre la nouvelle architecture organisationnelle des préfectures et provinces en s'inspirant des dispositions de la nouvelle loi 112-14 ;
- Prendre conscience des grands enjeux de la nouvelle organisation territoriale des préfectures et provinces ;
- Saisir les nouveaux changements des lois organisant les préfectures et provinces sur les plans juridique, financier et managériale ;
- Comprendre l'interaction entre les nouvelles dispositions de la loi 112-14 et la croissance économique des préfectures et les provinces dans un cadre décentralisé.

Nouveautés de la loi 113-14 collectivités territoriales

- Comprendre la nouvelle architecture organisationnelle des collectivités territoriales en s'inspirant des dispositions de la nouvelle loi 113-14 ;
- Prendre conscience des grands enjeux de la nouvelle organisation des collectivités territoriales ;
- Saisir les nouveaux changements des lois organisant les collectivités territoriales sur les plans juridique, financier et managériale ;
- Comprendre l'interaction entre les nouvelles dispositions de la loi 113-14 et la croissance économique des collectivités territoriales dans un cadre décentralisé.

Nouveautés de la loi 111-14 Régions

- Comprendre la nouvelle architecture organisationnelle de la région en s'inspirant des dispositions de la nouvelle loi 111-14 ;
- Prendre conscience des grands enjeux de la nouvelle organisation de la région ;
- Saisir les nouveaux changements des lois organisant la région sur les plans juridique, financier et managériale ;
- Comprendre l'interaction entre les nouvelles dispositions de la loi 111-14 et la croissance économique des collectivités territoriales dans un cadre décentralisé.

Gouvernance des Collectivités Territoriales

Durée : 3 jours

Objectifs

- Maîtriser les concepts clés de la gouvernance
- Savoir identifier, analyser et apprécier les dispositifs de gouvernance existant sur un territoire
- Être capable de concevoir des dispositifs de gouvernance territoriale adaptés au contexte local

Description du programme

- Les concepts clés de la gouvernance
- Le diagnostic de la gouvernance sur un territoire
- Les acteurs de la gouvernance
- Les instruments de la gouvernance territoriale locale
- Les principes de la gouvernance.
- La relation entre la gouvernance et la performance des collectivités territoriales
- Les collectivités territoriales, un acteur principal du développement territorial.
- La gouvernance territoriale locale : Défis et perspectives

Management dans la fonction publique

Durée : 3 jours

Objectifs

- Comprendre la mission du manager et ajuster ses actions
- Maîtriser les mécanismes de la communication
- Développer les compétences opérationnelles pour manager au quotidien.
- Développer un plan de management adapté à un établissement public
- Savoir influencer la stratégie de manière réellement compétitive

Description du programme

Partie 1 - Introduction :

- Introduction au management dans la fonction publique
- Les fondamentaux et les utilités du management dans la fonction publique

Partie 2 - Stratégie dans le secteur public :

- Modèles de conduite stratégique de l'administration – vision, mission, objectifs
 - Plan de management stratégique

Partie 3 - GRH

- Politiques du personnel
- Processus clés de GRH publique
- Gestion stratégique des compétences

Partie 4 – Leadership public :

- Modèles de leadership
- Styles de leadership
- Vers un leadership public

Partie 5- Performance et pilotage dans le service public

- Cycle de pilotage
- Indicateurs
- Modèles de tableaux de bord
- Niveaux d'ajustements
- Evidence-based management

Partie 6 - Conduite de changement

- Dédire les besoins d'accompagnement des collaborateurs face aux changements.
- Identifier Les 3 phases de transformation.
- Clarifier et traiter les différents types de résistance au changement.
- Détecter les paradigmes à changer.
- Les concepts et démarches liés aux changements
- L'élaboration une politique globale de communication
- Gérer la communication d'une organisation en interne et en externe
- Maîtriser les outils et les technologies de la communication
- Développer la capacité d'expertise et de diagnostic

Marketing territorial

Durée : 2 jours

Objectifs

- Comprendre le marketing territorial
- Maîtriser le marketing territorial (objectifs, stratégies, acteurs),
- Mettre en œuvre une démarche du marketing territorial

Description du programme

1. Qu'est-ce que marketing territorial ?

Le marketing territorial à travers quelques exemples

Les facteurs d'attractivité

Histoire du marketing territorial aux Etats Unis, au royaume Uni et en France

Les champs croissants du Marketing territorial

Les facteurs explicatifs de la montée en puissance du marketing territorial

2. Les piliers du marketing territorial

L'identité d'un territoire, le fondamental du marketing urbain

Le prix du building et les acteurs : un rôle clé de leur implication

3. Les outils du marketing territorial

La démarche du marketing stratégique appliquée aux territoires

Segmentation, ciblage et positionnement

4. Les leviers d'action du marketing territorial

Les pratiques d'alliance et de réseautage

Les stratégies de marque

Le marketing des personnalités

La quête des labels

La communication dans les villes

La place des clusters dans les démarches du marketing territorial

Gestion des risques et crises

Durée : 2 jours

Objectifs

- Doter les participants d'outils conceptuels, méthodologiques et techniques leur permettant d'opérer les bons choix ou de proposer les conseils adaptés face à diverses situations de crises majeures : Catastrophes (séisme, cyclones, inondations), crises sociales, sanitaires, pénuries, etc.
- Développer une culture de gestion des situations exceptionnelles et de crise dans les organisations.
- Identifier et se préparer à une meilleure maîtrise des situations de crise dans le contexte professionnel du champ sanitaire et social.
- Connaître le contexte médiatique et participer à la mise en œuvre stratégie de communication de crise.

Compétences à développer :

- Connaître les procédures en vigueur dans la gestion des risques et crises
- Savoir la démarche d'analyse des risques et des crises
- Savoir la technique d'évaluation du couple probabilité d'occurrence/gravité potentielle du risque
- Savoir prévenir et anticiper la survenance d'événements générateurs de crise
- Savoir les outils et techniques de gestion des risques et les crises.

Description du programme

A - Dimension juridique et humaine du risque

B –De la définition à la gestion de la crise : Principes, Méthodes et réponses

C –Constitution d'une cellule de crise

D –Dimension humaine des crises

E –Management d'une cellule de crise

F –Travaux d'application

Statut de la fonction publique et règles de gestion des ressources humaines

Durée : 3 jours

Objectifs

- Disposer d'une connaissance technique des différents volets de la gestion des ressources humaines.
- Assurer le traitement et la gestion des dossiers en matière de gestion des ressources humaines dans le respect des procédures et des dispositions réglementaires.

Description du programme

1. Spécificités et atouts de la gestion des personnels dans l'administration publique
2. Les différentes composantes de la fonction " Gestion des Ressources Humaines "
 - L'administration du personnel
 - Les relations sociales
 - La gestion et le développement des ressources humaines
 - L'organisation du travail et de la vie au travail

Procédures de passation et exécution des marchés publics

Durée : 3 jours

Objectifs

- Faire comprendre aux participants le cadre réglementaire des marchés publics et les procédures de consultation ainsi que les méthodes d'analyse des offres et d'attribution du marché pour préserver les intérêts de son administration ;
- Développer, maîtriser et perfectionner les connaissances fondamentales, principes et conditions de passation et d'exécution des marchés publics ;
- Assimiler et maîtriser les modes de préparation des dossiers d'appels d'offres notamment les CPS ;
- Assimiler et maîtriser les différentes phases des marchés publics ;
- Connaître la réglementation et le nouveau Code des marchés publics ;
- Permettre aux participants d'adopter les modes de passation des marchés et les critères de sélection des concurrents les mieux appropriés ;
- Insister sur les principes généraux de fixation des critères d'admission et d'évaluation des offres.

Description du programme

- A. Caractéristiques du système des marchés publics ;
- B. Importance des marchés publics dans la gestion publique ;
- C. L'environnement juridique et institutionnel des marchés publics ;
- D. Classification des marchés publics ;
- E. Elaboration des dossiers d'appel d'offres ;
- F. La réglementation des marchés publics ;
- G. La concurrence en matière des marchés publics ;
- H. La gestion opérationnelle des marchés publics ;
- I. Procédure comptable des marchés publics ;
- J. Les mesures d'appui pour une gestion efficace des marchés publics ;
- K. Les nouvelles technologies de l'information et de la communication comme levier de promotion des marchés publics.

Contentieux des marchés publics

Durée : 2 jours

Objectifs :

- Identifier les différents contentieux
- Mettre en œuvre les bons réflexes
- Connaître et prévenir les litiges qui peuvent survenir dans les marchés publics
- Cerner les différents recours possibles pour faire valoir ses droits
- Analyser les règles de forme et de fond à respecter lors d'un recours
- Connaître le déroulement du contrôle et légalité
- Identifier les conséquences de l'annulation d'un marché

Description du programme

Partie 1 : Introduction au contentieux des marchés publics :

- ✓ Décret n°2.12.349 du 20 mars 2013
- ✓ Contentieux en matière des marchés publics

Partie 2 : Phases du contentieux en matière des marchés publics :

- ✓ La phase de soumission
- ✓ La phase d'exécution
- ✓ La phase de clôture
- ✓ Détailler les difficultés de chacune des phases.

Partie 3 : Qui saisir pour les contentieux des marchés publics ? :

- ✓ Saisine du maître d'ouvrage (Délais de saisine, obligation de réponse)
- ✓ Saisine de l'autorité de tutelle (Cas et délai de recours à l'autorité de tutelle, décisions possibles et obligations du M.O)
- ✓ Saisine de la commission nationale de la commande publique (Commission des marchés publics)
- ✓ Recours juridictionnel

Partie 4 : Fonctionnement d'un marché public :

- ✓ Approbation
- ✓ OS commencement
- ✓ Début des travaux
- ✓ Contraction des assurances et cautionnement définitif

Partie 5 : Les différents cas du contentieux des marchés publics :

- ✓ Si l'entreprise refuse d'exécuter les travaux
- ✓ Enlèvement du matériel et matériaux sans emploi
- ✓ Vice de construction
- ✓ Ajournement total et partiel des travaux (conditions à respecter)
- ✓ Cessation des travaux
- ✓ Ouvrages ou travaux supplémentaires
- ✓ Changement de la provenance des matériaux
- ✓ Augmentation et diminution dans la masse des travaux
- ✓ Etablissement et acceptation des attachements
- ✓ Effets du retard dans le règlement des sommes dues
- ✓ Etablissement et acceptation du décompte définitif
- ✓ Résiliation du marché
- ✓ Réception provisoire des travaux

Comptabilité publique

Durée : 3 jours

Objectifs

- Élaborer et traiter les imputations lors de l'exécution quotidienne et suivre la consommation du budget au travers de la situation budgétaire.
- Comprendre les opérations de base de rattachement et de clôture de fin d'année.
- Maîtriser le processus d'exécution budgétaire en dépenses et en recettes

Description du programme

- Les spécificités de la comptabilité publique
- Le référentiel comptable et budgétaire propre à la comptabilité publique
- Le Processus d'élaboration et de suivi Budgétaire
- L'exécution budgétaire en comptabilité publique
- Principales analyses financières

Audit et contrôle dans le secteur public

Durée : 2 jours

Objectifs

- Comprendre les enjeux et objectifs de l'audit interne.
- Avoir une bonne connaissance des normes professionnelles de l'audit interne.
- Disposer d'une base méthodologique suffisante et nécessaire pour mettre en place une structure d'audit interne et la faire fonctionner.
- Être capable de mener des missions d'audit.
- Bénéficier de bonnes pratiques et de techniques de réalisation d'une mission d'audit.
- Identifier les facteurs clés de succès, les dernières tendances d'évaluation des risques.
- Tester la mise en pratique lors d'ateliers et de moments d'échanges.

Description du programme

Partie A : L'audit interne : définition et concepts

- Définition de l'audit interne, Champs de l'audit.
- Rôle de l'auditeur interne.
- L'organisation de la profession dans le monde.

Partie B : Les normes professionnelles de l'audit interne

- Pourquoi des Normes ? Le cadre de référence des pratiques professionnelles d'audit.
- Les normes de qualifications.
- Les normes de fonctionnement.

Partie C : L'auditeur et l'évaluation des risques

- L'approche par les risques.
- Le rôle de l'auditeur interne face au manager responsable de son dispositif de contrôle interne.
- L'évaluation des risques et ses outils.

Partie D : Le déroulement d'une mission d'audit

- Phase de préparation : Lettre de mission, programme de travail.
- Phase de réalisation : La réunion d'ouverture, les entretiens et les tests d'audit, la FRAP
- Phase de synthèse et de communication : Le rapport et la restitution.
- Phase de suivi des recommandations : Les points clefs du suivi, les FCS et les indicateurs de performance de l'AI.

Partie E : Echanges, synthèse de la formation et conclusions

MANAGEMENT

Tableau de bord du manager

Durée : 3 jours

Profil des participants : Tous managers responsables.

Objectifs :

- Concevoir et mettre en place le tableau de bord de son activité
- Evaluer et suivre les performances de son service au moyen d'indicateurs pertinents.
- Faire du tableau de bord un véritable outil de management.

Description du programme :

I - Présentation du tableau de bord

A - Le rôle du tableau de bord

La place du tableau de bord parmi les autres sources d'information et de suivi

L'utilité du tableau de bord pour le pilotage du service

Les deux fonctions du tableau de bord : pilotage et reporting

Le tableau de bord, outil d'évaluation de la performance individuelle et collective

Echanges et réflexions sur les enjeux du tableau de bord dans le management d'une équipe ou d'un service

B - Quels objectifs ?

Le tableau de bord en tant qu'outil d'aide à la décision

La liaison entre le tableau de bord et les orientations stratégiques de l'entreprise

II - Comment concevoir votre tableau de bord ?

A - Les préalables à l'élaboration

Les étapes de la mise en place du tableau de bord

Recenser les futurs utilisateurs et destinataires et clarifier leurs attentes vis-à-vis du tableau de bord

Identifier et résoudre les blocages et obstacles

Choisir l'architecture de votre tableau de bord, le support

B - Analyser l'activité et les objectifs du service

Les différentes natures d'objectifs

Quels objectifs pour quelle action ? Traduire les orientations stratégiques en objectifs

Comment définir la performance ? Les notions voisines d'efficacité et de compétitivité, la performance économique, la satisfaction des clients, partenaires, fournisseurs, la performance sociale, la performance environnementale

Comment mesurer la performance ?

C - Le choix des indicateurs

La traduction des objectifs en indicateurs

La typologie des indicateurs : comment retenir les indicateurs les plus adaptés ? Indicateurs de performance, indicateurs de pilotage, indicateurs par fonction et processus...

Consulter les différents acteurs sur le choix des indicateurs pertinents

III - Mise en place et suivi du tableau de bord

A - Obtenir l'adhésion de l'équipe au tableau de bord

Communiquer autour du tableau de bord

Assurer la formation des utilisateurs

Anticiper et gérer les résistances aux changements induits par la mise en place du tableau de bord

B - Savoir lire et interpréter le tableau de bord

Comment faire parler les chiffres ?

Repérer les signaux d'alerte

Quelles actions correctives décider ?

C - Suivre et faire évoluer le tableau de bord

Assurer une diffusion du tableau de bord en direction de tous les acteurs

Mettre à jour et gérer le suivi du tableau de bord : quelles procédures définir ?

Développer le potentiel créatif de son équipe

Durée : 2 jours

Profil des participants : Manager, coach.

Objectifs :

Prendre du recul par rapport à ses pratiques de management.

Utiliser des méthodes de coaching pour faire progresser son équipe et ses collaborateurs.

Description du programme :

A - Se connaître en tant que manager et développeur des compétences de son équipe

Enjeux du management des équipes

Développer et maintenir la motivation, la cohésion dans un univers en plein changement, renouvellement des générations

Faire le point sur ses acquis en tant que manager

S'appuyer sur son expérience et son expertise pour faire avancer l'équipe

B - Diagnostiquer les points forts et les points faibles en termes de performances pour chaque collaborateur

Savoir poser un diagnostic

Etudier l'environnement et le contexte

Déterminer la nature de la problématique posée : résultats, comportements, relations...

Mesurer l'importance du problème et rechercher les différentes réponses possibles

C - Mettre en oeuvre les moyens d'action

Identifier les attentes personnelles de ses collaborateurs

Prendre conscience de ses ressources d'accompagnement

Formaliser et contractualiser la demande

D - Les attitudes clés du manager coach

Ecouter pour mieux avancer ensemble

Les signes de reconnaissance appropriés

La méta communication

E - Savoir suivre et poursuivre l'action dans la durée

Savoir accompagner une évolution

Mettre en place un plan d'action et le suivre

Suivre, encourager et fidéliser ses collaborateurs pour une plus grande autonomie

Evaluer la transmission du savoir et des expériences auprès des coachés

Développer son leadership

Durée : 2 jours

Profil des participants : Tout manager

Objectifs :

Etre capable de développer ses capacités de leadership, de prendre du recul sur sa pratique managériale et d'installer les conditions d'une meilleure dynamique d'équipe.

Description du programme :

A- Le manager leader

Le positionnement du manager dans l'organisation

Donner du sens à l'action

Conduire le changement et faire adhérer l'équipe aux objectifs

La fixation d'objectifs

La création d'un climat favorable

La motivation et la délégation

B - Le manager vecteur d'information

Tri et diffusion de l'information

Interface vis à vis de l'équipe, de la hiérarchie, des clients, des fournisseurs et des autres services

C - Le manager promoteur

L'évolution du niveau de compétences collectives et individuelles

D - Se manager soi-même

Manager par l'exemple

Renforcer sa propre cohérence

Repérer sa propre relation à l'autorité et les systèmes d'influence entre personnes

Anticiper et résoudre les conflits

Durée : 2 jours

Profil des participants : Tous les cadres amenés à négocier.

Objectifs :

- Apprendre à gérer les conflits et les situations délicates.
- Développer les qualités humaines requises à la gestion des situations difficiles.
- Déterminer les stratégies adaptées aux différents contextes.

Description du programme :

A - Les qualités humaines en situation difficile

Garder son sang froid

Maîtriser son stress

Etre ferme et déterminé

B - Une méthode de préparation d'une réunion de négociation

Les points clés de la préparation

Le tableau de bord

Le storyboard de la réunion

C - Les stratégies les mieux adaptées

Dans le conflit social

Dans le conflit commercial

Dans le conflit managérial

D - L'issue des négociations

Consensus

Compromis

Rupture

E - Quelques stratégies d'accompagnement

Yoga

Arts martiaux

...

La gestion du changement

Durée : 2 jours

Profil des participants : Tous cadres impliqués dans un projet de changement.

Objectifs :

- Gérer les changements grâce à l'intégration totale des hommes et processus.
- Concevoir et mettre en œuvre un cadre pour gérer les changements.
- Évaluer les meilleures approches homme/processus pour réussir les changements.
- Réduire les risques tout en optimisant les avantages des changements.

Description du programme :

A- Caractéristiques du changement

Facteurs de changement

Gestion du changement

B- Développement d'une stratégie intégrée de changement

Création d'une vision du changement

Interaction homme/processus

C- Transformation de votre vision du changement en une réalité

Définition du changement et de ses impacts sur les ressources de l'entreprise

Évaluation des outils, procédures et méthodes disponibles

Création d'une vision dynamique liée aux changements désirés

D- Identification et collaboration avec les acteurs clés

Les "sponsors" du changement

Nommer un "champion" du changement

Identification des individus impactés par le changement

Création d'un esprit d'équipe

E- Les hommes et leur approche du changement

Choix du style de leadership approprié pour répondre aux besoins de changements

Amélioration de la participation grâce à des compétences en leadership

Collaboration et investissement grâce à la motivation

Étude des impacts des dynamiques de groupe et des contributions personnelles

Diminution de la résistance au changement grâce à des approches incrémentales et progressives

F- Évaluation des progrès par rapport aux résultats attendus

Lier les mesures aux livrables et la vision du changement

Développement d'une évaluation personnalisée pour votre entreprise

Création d'une carte de rapport des performances homme/processus

Communications dynamiques durant le processus d'évaluation

Techniques d'entretien de recrutement

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables et membres des services du personnel chargés de suivre les problèmes de recrutement.

Objectifs :

Assurer aux participants un perfectionnement pratique à l'Entretien de recrutement : entraînement à la mise en œuvre des outils les plus performants.

Description du programme :

A - La préparation de l'entretien

En fonction de l'étude du poste et du profil du candidat élaborer un plan de l'entretien qui tienne compte des points importants à examiner

B - Le déroulement de l'entretien

Détecter les motivations du candidat : tous les outils et toutes les questions à utiliser dans l'entretien

L'analyse des points forts et faibles

Les attitudes du recruteur et leurs conséquences sur l'efficacité de la recherche de l'information

Les différentes sortes de questions et leur ordre

L'écoute active du candidat et l'incitation à le faire participer à l'entretien

La gestion des blocages et des difficultés d'expression

C - La conduite de l'entretien

L'organisation et le contrôle de l'entretien

L'introduction : mise à l'aise, présentation du poste et démarrage de l'entretien

Les différentes phases de l'entretien, les résumés partiels et la dynamique de l'entretien

L'écoute du candidat et la prise de notes

La conclusion et le suivi de l'entretien

Le rapprochement entre les informations obtenues et l'étude de poste

D - L'entretien de groupe

La sélection de groupe : intérêt, utilité et limites

Les différentes grilles d'observation en fonction du poste

La répartition des rôles

Conduite d'entretien d'évaluation

Durée : 3 jours

Profil des participants : Toute personne ayant à mener ou à solliciter des entretiens d'activité.

Objectifs :

- Donner des méthodes simples permettant de formaliser le déroulement de l'entretien tout en facilitant l'expression de l'agent.
- Favoriser le dialogue et la négociation.
- Savoir formuler une appréciation objective.

Description du programme :

A - La préparation de l'entretien

L'entretien d'information préalable : bien informer pour obtenir l'adhésion du personnel

Faire préparer par les participants ou fournir une trame de préparation.

L'accueil et le choix des conditions matérielles : lieu, temps, cadre...

Définir les règles du jeu : ce qu'est et ce que n'est pas un entretien d'évaluation.

Qui conduit l'entretien ?

B - Le déroulement de l'entretien

Les techniques d'entretien

Savoir utiliser les informations obtenues

Avoir une écoute active

Lire le non-verbal

Oser dire et savoir dire

Ne pas se soulager

Être un manager qui sait dire avec les formes

Savoir négocier un objectif qui puisse être atteint

Traiter les principales objections : salaire, manque de moyens, objectifs non atteints...

Être capable de recadrer et de gérer les situations conflictuelles

Utiliser le support comme guide de discussion

Former ses collaborateurs

Savoir faire progresser

Le traitement des points à améliorer

Savoir expliquer les notations

Transformer les notes en mots

Fixer des objectifs

Avoir une politique réaliste d'objectifs jusqu'à la prochaine évaluation

Suivre les collaborateurs

Définir les formations

C- Conclusion

S'assurer de la perception de l'entretien

Rappeler les consignes : guide et non sanction

Prendre congé

Management par objectifs

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables, cadre et manager.

Objectifs :

- Doter les participants des savoirs ci-après :
- Apporter aux participants, soucieux de mieux remplir leur fonction, une méthodologie d'élaboration de leurs objectifs et de ceux de leurs collaborateurs, ainsi que les outils d'analyse des réalisations.
- Situer les objectifs dans le cadre de la politique et des stratégies de l'entreprise.

Description du programme :

A - Connaître le plan de charge de son équipe

Etablir clairement la charge de travail de ses collaborateurs
Etablir un planning de charges prévisionnelles de son équipe
Diagnostiquer les potentialités de son équipe

B - Resituer les objectifs dans la cohérence stratégique de l'entreprise

Vérifier les différents niveaux de demande et d'attente de sa hiérarchie
Pondérer et hiérarchiser les priorités
Clarifier les conditions d'arbitrage

C - Consolider avec son équipe un scénario de réalisation

Préparer le message à faire passer
Animer une réunion de consolidation d'objectifs avec son équipe
Valider un planning prévisionnel de travail

D - Mener une négociation d'objectifs

Mieux se connaître dans sa relation avec sa hiérarchie
Savoir présenter et argumenter les propositions de son équipe
Valider ensemble un planning de réalisation
Prévoir un plan de sécurité

E - Faire apparaître les succès comme les difficultés

Faire des points de suivi réguliers avec l'équipe
Mettre en place les indicateurs de progression de l'équipe
Diffuser et valoriser les résultats auprès de l'environnement de son équipe

Management stratégique

Durée : 3 jours

Profil des participants : Responsables et cadres.

Objectifs :

- Etre capable de maîtriser les concepts du management stratégique.
- Acquérir les bases techniques et concrètes nécessaires pour définir les orientations stratégiques de son entité et les traduire en actes stratégiques.

Description du programme :

A - Management stratégique

Définition

Concepts et principes

Acteurs et leurs rôles

B - Penser stratégiquement

Les trois grandes questions ?

Situation actuelle

Situation future

Chemin d'accès

C - Les cinq principales tâches du management stratégique

Vision/mission

Définition objectives

Adaptation

Implantation

Évolution/Correction

D - Comment mettre en place les cinq principales tâches du management stratégique ?

Étapes et moyens

E - Méthodes et outils d'analyse stratégique

Diagnostic interne

Diagnostic externe

Les méthodes d'analyse stratégiques

Recommandations

Elaboration d'un rapport de diagnostic stratégique

Préparation et formulation des orientations stratégiques

Validation et communication des orientations stratégiques

F- Comment conduire le changement face à l'évolution des mentalités et de la technologie ?

Evaluation et préparation

Planification

Application des orientations stratégiques

Suivi des indicateurs d'amélioration

Résolution des problèmes associés

Teambuilding : Construire une équipe soudée

Durée : 2 jours

Profil des participants : Toute personne ayant à construire ou à souder son équipe.

Objectifs :

Identifier le mode de fonctionnement de l'équipe pour faire réfléchir chacun de ses membres aux adaptations nécessaires pour canaliser l'énergie collective et construire une synergie performante.

Description du programme :

A - Les caractéristiques des équipes efficaces

Sa production

Ses objectifs

Son énergie

Sa structure

L'ambiance et l'esprit d'équipe

B - Les besoins fondamentaux d'une équipe

C - Les différentes étapes du développement d'une équipe

L'épreuve

Les alliances et le jeu de pouvoir

La construction de l'équipe

Le rapprochement après maturité

D - La répartition des rôles dans l'équipe ou comment faire réussir un projet

Définir des objectifs quantifiables et réalisables

Fournir à chacun des outils d'animation, de contrôle et de suivi

Responsabiliser chacun sur ses actions

Respecter les contraintes de fonctionnement des services partenaires

Distinguer ce qu'un manager peut faire de ce qu'il doit déléguer

Savoir prendre du recul

E - Développer l'engagement des membres de l'équipe

Positiver les contrats : mettre les membres de l'équipe en situation de réussite

Mener des actions correctives : trouver les solutions adaptées aux situations actuelles

Donner des défis

Valoriser les réussites de l'équipe

Les Techniques de négociation et d'argumentation

Durée : 2 jours

Profil des participants : Tout public.

Objectifs :

Maîtriser les techniques de négociation et d'argumentation.

Etre capable de négocier et d'argumenter.

Description du programme :

A- La négociation au centre du management participatif

Définition et étude des cas

Le rôle de la négociation

Les limites de négociation (cas d'un conflit)

B - Qu'est-ce que négocier ? La recherche de synergie

Le concept psychologique de la négociation

Comment démarrer et accepter le démarrage de la négociation ?

Les stratégies de négociation

C - Règles et étapes de négociation en face à face

D - Les logiques de négociation conflictuelles et de négociations coopératives

Comment gérer le processus de négociation d'un contexte conflictuel ?

Le plus de la négociation coopérative

Conseil pour bien négocier

E - Comment développer son argumentaire ?

Préparation et formulation des arguments

Analyse des arguments par rapport au milieu de la négociation

Amélioration des points forts de ses arguments

F - Gestion d'une situation de négociation

Le processus

Les problématiques

Conseils

G - Ecoute, propositions et argumentaires

Analyse transactionnelle

Durée : 2 jours

Profil des participants : Cadres

Objectifs :

- Créer les conditions positives pour établir les relations constructives avec autrui.
- Améliorer la communication avec autrui.

Description du programme :

A- Les états du moi : composants de la personnalité

Le Parent - l'Adulte - l'Enfant

Analyse structurelle et fonctionnelle

Reconnaissance des « états » dominants chez soi et chez l'autre
autodiagnostic

Développer les « états constructifs »

Trouver de « nouvelles options »

B - Les transactions : comment mieux gérer nos échanges

C - Pourquoi le même message passe bien ou mal en fonction de l'interlocuteur

Les transactions : complémentaires, croisées, cachées

La relation de dépendance

Symbiose / autonomie

D - Les positions de vie

Notre position privilégiée vis-à-vis des autres

Comment établir des relations gagnant-gagnant ?

Les messages contraignants

Identifier les "messages" qui nous limitent et nous empêchent d'agir efficacement

E - Les jeux

Quels sont les stratagèmes les plus fréquemment utilisés ?

Comment les éviter ? Comment sortir d'une situation conflictuelle ?

F - Le contrat

Être son propre acteur du changement ==> s'engager sur un contrat personnel

Analyse du risque

Durée : 2 jours

Profil des participants : Directeurs territoriaux

Objectifs :

Identifier les risques d'un projet réel.

Définir les actions de maîtrise sur le projet.

Description du programme :

A - Les concepts du management de risques

Qu'est-ce qu'un risque ?

La mesure d'un risque : probabilité, impact et gravité

Les types de risques : stratégiques, projets, produits, utilisation, maintenance

Risques et niveaux de responsabilité

B - Comment identifier les risques ?

Définir le périmètre exact de la recherche et les niveaux de responsabilité associés

Mettre en oeuvre les techniques d'identification

Se servir de l'analyse des incertitudes des estimations, des plannings, des technologies, des processus, des ressources...

Modéliser un risque pour le comprendre

C - Comment estimer les risques ?

Utiliser les techniques d'estimation qualitatives et quantitatives

Calculer les impacts sur les plannings, les budgets et les qualités

Hiérarchiser les risques et en calculer la gravité

D - Comment réduire les risques ?

Les axes de réduction

Concevoir des actions de réduction des risques

Calculer probabilité et impacts résiduels, évaluer la rentabilité des actions de maîtrise

E - Organiser un management de risques sur un projet

Choisir son approche des risques

Penser la structure et les outils d'information du projet

Affecter clairement les rôles et responsabilités de la gestion du risque

GESTION COMMERCIALE

Mieux communiquer pour mieux vendre

Durée : 2 jours

Profil des participants : commercial, technicocommercial ; agent commercial, conseiller commercial

Description du programme :

A. Les compétences en communication essentielles pour les commerciaux

- Connaitre les fondamentaux de la communication
- Prendre conscience de leurs capacités d'écoute
- L'impact de la communication verbale et non verbale
- Améliorer les compétences relationnelles des commerciaux

B. L'importance de la communication dans le processus de vente

- Maîtriser les techniques favorisant le dialogue, la compréhension de l'autre dans le cadre d'une relation commerciale.
- Adapter ma communication au profil de mon interlocuteur afin de mieux convaincre.

Coaching pour développer la posture du commercial

Durée : 2 jours

Profil des participants : commercial, technicocommercial ; agent commercial, conseiller commercial

Description du programme :

Découvrir et développer la posture du commercial

- Diagnostic de sa posture actuelle
- Connaissance de soi, réflexion et développement
- Devenir un excellent commercial / Les secrets d'un vendeur performant

Maitriser le processus de la vente

- Les différentes étapes d'un processus de vente réussi
- Acquérir la méthodologie d'élaboration d'argumentaires commerciaux
- Préparer, conduire et conclure positivement une négociation commerciale.
- Les meilleurs pratiques de vente

Dynamiser la relation client

- Détecter les besoins et les motivations des clients.
- S'approprier les outils du CRM (Customer Relationship Management)
- Adopter la démarche de satisfaction client et de traitement des réclamations.
- Créer une relation de qualité pour fidéliser le client durablement

Elaborer votre stratégie commerciale

Durée : 2 jours

Profil des participants : Directeurs et responsables commerciaux.

Objectifs :

Quelle est votre stratégie actuelle ?

Définir et valider les options stratégiques.

Elaborer votre plan stratégique.

Description du programme :

A - Définitions et Méthodologie

B - Le diagnostic stratégique

L'environnement interne et externe

Le marché et ses tendances

L'analyse SWOT

C - Les objectifs stratégiques de l'entreprise

Les choix stratégiques

Les objectifs commerciaux

D - Le plan d'action commercial

Les principes à respecter

Le modèle de plan d'action

La détermination des budgets commerciaux

E - Le contrôle d'activité

Les règles à suivre

Les points à contrôler

Les moyens de contrôle

Recrutement des commerciaux Recrutement des commerciaux

Durée : 2 jours

Profil des participants : Directeurs commerciaux et responsables ressources humaines.

Objectifs :

Assurer aux participants un perfectionnement pratique à l'Entretien de recrutement des commerciaux.

Description du programme :

A – La préparation de l'entretien

Identification des compétences du commercial en fonction du poste

Etude du profil du candidat

Elaboration du plan de l'entretien

B – Le déroulement de l'entretien

Détecter les motivations du candidat : tous les outils et toutes les questions à utiliser dans l'entretien

L'analyse des points forts et faibles

Les attitudes du recruteur et leurs conséquences sur l'efficacité de la recherche de l'information

Les différentes sortes de questions et leur ordre

L'écoute active du candidat et l'incitation à le faire participer à l'entretien

La gestion des blocages et des difficultés d'expression

C – La conduite de l'entretien

L'organisation et le contrôle de l'entretien

L'introduction : mise à l'aise, présentation du poste et démarrage de l'entretien

Les différentes phases de l'entretien, les résumés partiels et la dynamique de l'entretien

L'écoute du candidat et la prise de notes

La conclusion et le suivi de l'entretien

Le rapprochement entre les informations obtenues et l'étude de poste

Animer, motiver et diriger une équipe de vente

Durée : 3 jours

Profil des participants : Responsable et directeurs commerciaux ou toute personne amenée à diriger une équipe de vente.

Objectifs :

Être capable de fixer des objectifs, déléguer, évaluer, motiver et conduire au succès.

Description du programme :

A – Etablir une organisation commerciale adaptée à la stratégie de l'entreprise

Mise en place quantitative

Mise en place qualitative

Gestion efficace d'une équipe de vente

B – Mettre en place une politique de motivation

Les critères de motivation

Les formes de motivation

Qui doit motiver ?

C – Communiquer régulièrement avec l'équipe commerciale

Les informations à communiquer

Les formes de communication

Les outils de communication

D – Fixer les objectifs

L'intérêt de fixer des objectifs

La communication des objectifs

Le suivi des réalisations

E – Elaborer le plan d'actions commerciales

Les objectifs

Les différentes étapes à suivre

La mise à jour du plan

F – Contrôler le travail de l'équipe

Les avantages d'un contrôle régulier

Les moyens de contrôle

Les actions après contrôle

Tableau de bord commercial

Durée : 2 jours

Profil des participants : Directeurs et cadres commerciaux.

Objectifs :

Concevoir et mettre en place le tableau de bord de son activité commerciale.

Évaluer et suivre les performances de son service au moyen d'indicateurs pertinents.

Faire du tableau de bord un véritable outil de management.

Description du programme :

A - Le tableau de bord, outil de pilotage de la performance

Pourquoi et comment mesurer la performance ?

La place du tableau de bord parmi les autres outils de gestion

Les fonctions du tableau de bord : pilotage et reporting

Le tableau de bord : outil d'évaluation de la performance individuelle et collective

Le tableau de bord : outil d'aide à la décision

Le tableau de bord : outil de synthèse pour faire parler les chiffres

B - Concevoir, mettre en place et assurer le suivi du tableau de bord

Recenser les futurs utilisateurs et destinataires et clarifier leurs attentes vis-à-vis du tableau de bord

Choisir l'architecture de son tableau de bord

Définir les procédures qui faciliteront la mise à jour et le suivi du tableau de bord ?

Qu'est-ce qu'un objectif ? Qu'est-ce qu'un indicateur ?

Traduire les objectifs en indicateurs

Mettre en place et assurer le suivi du tableau de bord

Savoir repérer les signaux d'alerte

Qu'est-ce qu'une action corrective ?

C - Obtenir l'adhésion de l'équipe au tableau de bord

Du manager

Des commerciaux

Communiquer autour du tableau de bord

Assurer la formation des utilisateurs

Anticiper et gérer les résistances

Analyse et prévision des ventes

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables Commerciaux.

Objectifs :

Permettre aux participants d'analyser les volumes de vente, de les comparer par rapport aux prévisions, et d'améliorer leur efficacité dans leurs estimations de vente.

Description du programme :

A – Prévoir

Comprendre le passé
Le traitement des historiques
La stabilisation des historiques
La détermination de la tendance
Prolonger
L'analyse des tendances de vente
La modélisation
Prévoir
Les méthodes de prévision
Les points forts et les points faibles

B – Suivre

Déterminer les éléments du tableau de bord
Le contrôle de l'évolution des ventes
Le suivi et contrôle des réalisations par rapport à l'objectif
La prévention des dérapages
L'actualisation de l'objectif

C - Mesurer l'impact des facteurs extérieurs

Utiliser des outils prévisionnels pour mesurer l'impact d'événements ou d'actions destinés à modifier l'évolution « normale » d'un produit ou d'un marché (promotion, déréglementation)

D - Anticiper les retournements de tendances

Identifier les 3 indicateurs de retournement de tendance
Gérer les opportunités et menaces du marché
Simuler
Appliquer les indicateurs de performance
Bâtir les scénarios d'évolution
Mesurer le coût des efforts de redressement
Construire un tableau de bord de suivi d'évolutions
Réunir les différents indicateurs traités
Construire votre tableau de bord
Intégrer des outils prévisionnels

Savoir gérer un réseau de distribution

Durée : 2 jours

Profil des participants : Toute personne chargée de l'animation d'un réseau de distribution.

Objectifs :

Permettre aux responsables du réseau de maîtriser les méthodes pratiques permettant une gestion efficace du réseau.

Description du programme :

A- Les composantes d'un réseau de distribution

La logistique

Le client

Le personnel

B - La gestion de la clientèle

Les différents types de clients, les besoins et exigences des clients

La matrice de satisfaction, les facteurs influençant le choix du client

C - La gestion et l'animation du personnel

Les qualités requises et les éléments de motivation du personnel

L'évaluation des performances, l'amélioration des compétences

Le contrôle

D - La communication au sein d'un réseau de distribution

Pourquoi faut-il communiquer ?

Les formes et les moyens de communication

Comment communiquer avec son personnel ?

Les techniques du Merchandising

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables commerciaux, Marketing et merchandising.

Objectifs :

Connaître les différentes applications du Merchandising, maîtriser les techniques d'application pour exercer une pression continue sur les linéaires, diminuer les ruptures, renforcer l'argumentation Marketing et Commerciale.

Description du programme :

A - Comprendre le fonctionnement du Merchandising

Les origines du Merchandising

L'évolution du commerce et la solitude du produit

L'évolution des comportements et les attentes des consommateurs

La définition du Merchandising

Le Merchandising du fournisseur et du distributeur

Le couple consommateur/client

Approches Marketing et Merchandising

B - Maîtriser les critères de base du Merchandising

La zone de chalandise du point de vente

La vie du produit et les implications du Merchandising

Comment définir, caractériser et gérer un assortiment ?

C - Connaître les paramètres d'implantation et de présentation marchande

Les grandes règles d'organisation d'une surface de vente

La valorisation zonale d'une gondole

Les règles d'implantation des produits et l'attribution des facings

Le double placement : quand et comment le préconiser ?

D - Comment se servir du Merchandising comme levier de rentabilité ?

Un moteur du commerce moderne

La rotation

Les ratios du Merchandising

E - Utiliser les moyens d'action du Merchandising pour animer les linéaires

La valorisation du linéaire

La promotion des ventes

La PLV et l'ILV selon les politiques d'enseignes

F - Intégrer une nouvelle race d'ingénieurs commerciaux : Les Merchandiseurs

Les décideurs de la distribution

La nouvelle donne

Une nouvelle approche de la vente

Le nécessaire "reformatage" des forces de vente

Le dossier Merchandising

Vendre à la grande distribution

Durée : 2 jours

Profil des participants : Commerciaux œuvrant dans le cadre des grandes distributions.

Objectifs :

Permettre aux participants de maîtriser les caractéristiques de la vente à la grande distribution.

Connaître les caractéristiques des grandes surfaces, maîtriser la clé de motivation des distributeurs pour appréhender parfaitement le "front de vente" et faire aboutir la négociation.

Description du programme :

A - Le panorama de la Grande Distribution

L'évolution de la Distribution et les grandes tendances pour l'avenir

Les caractéristiques du commerce moderne

Le poids du commerce dans l'économie

Les acteurs de la distribution

Caractéristiques, structures et fonctionnement

Les grands magasins, les magasins populaires, les hypers, les supermarchés, les "hards discount"

Les chiffres clés des GMS

Les différents ratios à connaître

CA/m², CA/employé, panier moyen, frais de personnel

L'assortiment

La zone de chalandise

B - Les principales caractéristiques de la distribution moderne

Les différents intervenants dans le processus de vente à la grande distribution

Les attentes des clients modernes

C - Le fonctionnement

Les principes de répartition entre "marges avant" et "marges arrière"

La coopération commerciale

D - La vente dans la distribution moderne

Les étapes de la vente moderne

L'animation des ventes

Les techniques de merchandising

E - La typologie des responsables en magasin

Les 4 motivations du chef de rayon

Comment agir sur ses motivations pour en tirer avantage ?

Comment agir en magasin ?

Comment connaître les performances des produits ?

La prospection téléphonique

Durée : 2 jours

Profil des participants : Télévendeurs et télémarketeurs souhaitant améliorer l'efficacité qualitative et quantitative de leur prise de RDV commerciaux.

Objectifs :

Acquérir les techniques de prospection par téléphone.

Maîtriser les outils permettant la prospection.

Description du programme :

A - Préparer la prospection

Déterminer le contexte et les objectifs (prise de RDV, relance...)

Préparer ses fichiers et ses argumentaires

Structurer les étapes de la prospection et de la télévente

Comment cibler le décideur final ?

B - Structurer un entretien de prise de RDV

Savoir franchir les différents barrages : accueil, secrétaire

Utiliser les phrases d'accroche efficaces

Personnaliser le contact

Présenter une proposition de façon claire et précise pour vous différencier de la concurrence

Savoir écouter activement

Découvrir les besoins du client pour mieux cibler votre argumentaire

Comment traiter les objections ?

C - Savoir conclure

Savoir comment et quand conclure

Repérer les signaux d'achats

Reformuler la confirmation du RDV

Déterminer une date de relance et la respecter

D - Savoir relancer un prospect

Personnaliser le contexte

Rappeler le cadre

Montrer une attitude infaillible : la persévérance

E - Organiser le suivi de la prospection téléphonique

Gérer les fichiers clients-prospects

Savoir programmer les relances

Comment utiliser les outils de suivi des opérations ?

F - Intégrer la prospection par téléphone dans le process commercial de l'entreprise

Savoir qualifier la base commerciale

Transmettre les informations

Gérer les comptes-rendus

La vente par téléphone

Durée : 2 jours

Profil des participants : Télémarketeurs, Télévendeurs et toutes personnes utilisant le téléphone pour prendre RDV et/ou pour vendre.

Objectifs :

- Acquérir les techniques de négociation par téléphone pour optimiser les ventes.
- Elaborer le guide d'entretien et de réponse aux objections.

Description du programme :

A - Préparer vos appels

Structurer les étapes de la télévente

Le dossier client, l'objectif de l'appel, l'adaptation de l'argumentaire, l'environnement physique

B - Exploiter les spécificités de la communication par téléphone

Découvrir les principes de communication

L'adaptation du ton et du rythme verbal

Le vocabulaire approprié

L'Ecoute Active (l'empathie)

C - Obtenir l'attention du client et/ou du prospect

Capter l'attention du décideur

La personnalisation du contact

Les attentes, les objectifs, les motivations

L'argumentation convaincante

Découvrir les besoins du client

Collecter des informations constructives

D - Savoir argumenter

Présenter une proposition de façon claire

Obtenir la confirmation des besoins du client

Utiliser les avantages

Se différencier de la concurrence

Réfuter les objections (prix, délais, qualité)

E - Gagner la vente

Présenter votre prix positivement

Savoir quand et comment conclure

Repérer les signaux d'achats

Reformuler la confirmation de l'engagement du client

F - Organiser le suivi de la vente par téléphone

Gérer les fichiers clients-prospects

Programmer les relances

Découvrir les outils de suivi des opérations

Gérer le Tableau de Bord du suivi des résultats

Gestion du portefeuille client

Durée : 2 jours

Profil des participants : Commerciaux, chargés de clientèle, et tout cadre d'entreprise intégrant la dimension commerciale.

Objectifs :

- Acquérir la maîtrise des modèles et outils de gestion d'un portefeuille client.
- Déterminer et optimiser sa stratégie de visite aux clients.
- Formaliser la construction d'une relation continue et durable avec ses clients.

Description du programme :

A - Mener l'analyse de son portefeuille clients

Examiner la maturité de la clientèle

Le poids relatif de chacun dans le portefeuille

Évaluer les potentiels

Apprécier la pénétration, la fidélité

B - Comment stimuler l'effort fait par ses clients ?

Comment bâtir une stratégie de visite ?

(visites défensives / visites offensives)

Optimiser les visites offensives

Concevoir un plan stratégique de prospection

C - Pourquoi la fidélisation ?

Définition et typologie de la fidélisation

D - Mesures de la performance

Mesure de la qualité

Mesure de la satisfaction

Analyse des risques de la fidélisation

E - Construction de la fidélisation marketing

Garantir la performance opérationnelle

Être leader sur l'offre

Améliorer la qualité de la relation

F - Conclusion

Les trois facteurs clés du succès : qualité, leadership et proximité

Mesurer la satisfaction client

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables qualité, responsables marketing, cadres commerciaux.

Objectifs :

Comprendre les techniques utilisées dans la mesure de la satisfaction client.

S'approprier des outils permettant de répondre aux exigences de la norme ISO 9001 sur le sujet.

Description du programme :

A - Généralités

Pourquoi mesurer la satisfaction client ?

Définition de la qualité perçue par le client

Liens entre la mesure de la satisfaction et la fidélisation des clients

Qu'est-ce que la satisfaction client ?

Ecoute client et satisfaction client

Caractéristiques majeures de la satisfaction

L'écoute et la mesure de la satisfaction client dans les normes ISO 9000

Projet de mesure de la satisfaction client

B - Phase préparatoire : choix méthodologique

Définition des objectifs à atteindre

Mise en place de l'organisation

Traitement des informations existantes

Choix des options méthodologiques

Planification du projet

Maximisation du taux de retour

C - Phase Diagnostic : identification des critères de satisfaction

Objectifs du diagnostic

Choix de la procédure

Étude documentaire

Étude qualitative exploratoire auprès des clients

Étude qualitative exploratoire interne

Indicateurs de la satisfaction

D - Phase exploratoire : construction et administration du questionnaire

Objectifs de la phase

Élaboration de l'outil

Construction de l'outil

Test de l'outil

- Enquête miroir

E - Exploitation des résultats

Traitement statistique des résultats

Passage des résultats aux actions opérationnelles

Communication autour de projet

Négociation d'un contrat commercial

Durée : 2 jours

Profil des participants : Equipe commerciale.

Objectifs :

Comprendre les aspects juridiques liés aux contrats commerciaux pour être en mesure d'assurer une négociation efficace.

Description du programme :

A - Introduction aux basics

Quelles sont les règles juridiques essentielles relatives aux contrats ?

Les conditions de validité du contrat

La nullité des contrats

Les effets des contrats et leur classification

Les clauses abusives

Quelles sont les clauses à insérer pour une meilleure sécurité juridique ?

Les dispositions contractuelles communes et celles relatives à l'exécution du contrat

Les modifications du contrat

Les dispositions concernant la prévention et le règlement des litiges

B - Avant le début de la négociation

Comment obtenir des informations sur le client ?

Les informations sur Internet

Les sociétés de renseignements financiers et commerciaux

Comment fixer les objectifs en amont de la négociation ?

C - Pendant la négociation

Maîtriser les techniques de négociation

Les principales techniques de négociation

Le comportement à adopter

Les pourparlers

Définition

La rupture entraîne-t-elle la responsabilité

Les différentes formes d'accord

L'accord de principe, l'accord partiel

Le contrat-cadre, la promesse de contrat

D - A l'issue de la négociation

Les précautions à prendre en cas de succès de la négociation

Remettre ses conditions générales d'achat ou de vente

Préparer le contrat définitif

Avoir des documents incontestables

Les précautions en cas d'échec de la négociation :

Protéger son savoir-faire

S'assurer de la confidentialité

FINANCE ET FISCALITE

Finance pour non financiers

Durée : 2 jours

Profil des participants : Toute personne voulant être sensibilisée à l'approche financière de l'entreprise.

Objectifs :

- Acquérir le vocabulaire, lire et exploiter les informations comptables et financières.
- Comprendre l'impact de ces décisions en termes comptables et financiers.
- Favoriser le dialogue avec les comptables et financiers de l'entreprise.

Description du programme :

A - La gestion financière

La gestion du cycle de production

La gestion de la trésorerie

La gestion des risques de l'entreprise

B - L'entreprise et la finance

L'entreprise

La situation patrimoniale de l'entreprise

Les ressources de l'entreprise

Les emplois de l'entreprise

C - Analyse de la situation patrimoniale

Présentation du bilan

Les différents niveaux du bilan

Variation du bilan

D - Les équilibres financiers du bilan

Financement Permanent

Besoin en fonds de Roulement

Trésorerie

E – Etude de la liquidité de l'entreprise

Comptabilité des salaires

Durée : 2 jours

Profil des participants : Toute personne voulant être sensibilisée à l'approche financière de l'entreprise.

Objectifs :

- Notions fondamentales en matière de comptabilité des salaires.
- La fiscalité des salaires.
- Fiche de paie, bordereau CNSS et autres organismes sociaux.
- Enregistrement comptable des éléments de la paie : simulation sur ordinateur.

Description du programme

Gestion du risque client.

Gestion des Actifs clients : délai des crédits clients et conséquences sur la trésorerie.

Evaluation de la liquidité, de la solvabilité et de la capacité de remboursement.

Scoring client, Raiting client.

Optimisation du risque client : la notation client, l'agrément client, l'analyse financière des clients...

Conditions de paiement : techniques de négociation, les effets de commerce, conséquences bancaires, l'affacturage...

Gestion des opérations bancaires

- Equilibre bancaire et de trésorerie
- Conditions bancaires : Réglementation bancaire, GPBM, taux créditeurs, taux débiteurs, marge bancaire, TBB.
- Modes de financement de la trésorerie : Spot, Découverts, AT, Crédits sur caisse...
- Relations avec les banques : axes de négociation et supports.

Analyse de la rentabilité.

- Les variables liées à l'investissement : DI, Durée, taux d'actualisation, valeur résiduelle et cash-flow prévisionnels.
- Critères des choix des investissements : VAN, TRI, IP, Pay back.
- Modalités de financements par fonds propres, emprunts et leasing.
- Business plan : Forme et modalités de réalisation.

Audit de la fonction comptable

Durée : 2 jours

Profil des participants : Auditeurs internes et futurs collaborateurs, collaborateurs comptables.

Objectifs :

Connaître les bases d'une organisation comptable permettant l'élaboration de comptes annuels conformes à la loi comptable.

Identifier les risques et les contrôles clefs permettant la maîtrise des processus.

Mettre en œuvre une méthodologie basée sur les risques.

Description du programme :

A - Éléments comptables et qualité des informations produites

B - Organisation de la fonction comptable et processus de contrôle

C - Identification des risques et mise en place des contrôles clefs permettant la maîtrise des processus

D - Programme de travail et mise en œuvre des vérifications

Fiscalité marocaine des entreprises

Durée : 2 jours

Profil des participants : Comptables & responsables financiers.

Objectifs :

Maîtriser tout ce qui relève de l'élaboration d'une déclaration d'IGR, le calcul de l'IS, le calcul de la TVA et l'application des droits à la déduction.

Description du programme :

A – IGR

Catégories des revenus nets

Revenus salariaux

Revenus professionnels

Revenus fonciers

Revenus de capitaux mobiliers

Calcul de l'IGR

Imputation comptable des crédits IGR

Modes de paiement de l'IGR

B – IS

Détermination du résultat fiscal

Les différentes appréciations fiscales

Le traitement du déficit

Calcul et paiement de l'IS

Mode de calcul de l'IS

Mode de calcul de la cotisation minimale

Calcul des acomptes

Traitement des reliquats

Études de cas et exercices pratiques de calcul de l'IS

C – TVA

Détermination de la TVA brute

Maîtrise des mécanismes d'imposition de la TVA

Respect des obligations fiscales

Intégration du régime fiscal des opérations particulières

Tirer parti des achats en franchises pour alléger la trésorerie de votre entreprise

Optimisation du droit de déduction à l'entreprise

Tirer parti du prorata de déduction et de la taxe sur les salaires

Obtention des remboursements de TVA

Les déclarations fiscales et sociales

Durée : 2 jours

Profil des participants : Comptables & responsables financiers.

Objectifs :

- Maîtriser les risques liés aux différentes obligations déclaratives qui pèsent sur votre entreprise.
- Faciliter la prise de décision compte tenu des possibilités juridiques offertes.
- Faire le bon choix pour faire gagner son entreprise.

Description du programme

A - Aspects Fiscaux

Les régimes d'imposition et les délais des déclarations des résultats

L'impôt Général sur le revenu : les modalités de détermination et les obligations déclaratives concernant les revenus professionnels et les traitements et salaires

L'impôt sur les sociétés : modalités de détermination et obligations déclaratives

Taxes sur le chiffre d'affaires : Détermination et déclaration

Autres déclarations : principes de calculs et modalités déclaratives

B - Aspects sociaux

Le nouveau code du travail et les obligations déclaratives à respecter

La Caisse Nationale de Sécurité Sociale et les obligations incombant aux employeurs : cotisations et charges sociales sur salaires, etc.

Cas des caisses de retraites complémentaires et mutuelles : les obligations pesant sur les entreprises

Questions diverses : taux, assiette, chiffres utiles

C - Aspects juridiques et Financiers

Délais et formalités : Registre de commerce, publicité légale, assemblées

Taux d'intérêts

Risques fiscaux et contrôle fiscal

Durée : 2 jours

Profil des participants : Comptables & responsables financiers.

Objectifs :

Pouvoir détecter et prévenir à temps les risques fiscaux encourus par l'entreprise.

Optimiser ses décisions fiscales.

Faire face efficacement aux contrôles fiscaux.

Description du programme :

A - Aspects liés aux calculs et à la détermination de l'Impôt sur les sociétés

Contrôle des retraitements extra-comptables relatifs la détermination du résultat fiscal

Contrôle des régimes spéciaux

Résultats long terme

Régimes de faveurs

B - Aspects liés aux calculs et à la détermination de la base d'imposition de la patente

Risques de "sur-déclaration"

Risques de redressement : biens rachetés à l'issue d'un crédit-bail, biens loués

Contrôle de la valeur locative des biens

C - Aspects concernant la TVA

Contrôle de la TVA collectée : Aspects particuliers

Contrôle de la TVA déductible

Conditions de fonds et de forme de déductibilité

Les assujettis redevables partiels

D - Contrôles de cohérence

Rapprochement du chiffre d'affaires déclaré en IS et en TVA

Cohérence entre valeur ajoutée " IS " et valeur ajoutée " Patente "

Autres rapprochements

E - Traitement des irrégularités détectées

F - Le contrôle Fiscal de l'Entreprise

Pouvoirs de l'administration

Procédures de contrôle

Procédures et propositions de rectification

Sanctions applicables

Procédures contentieuses

Gestion de risque client et recouvrement

Durée : 2 jours

Profil des participants : Tous les collaborateurs chargés du suivi des comptes clients et du recouvrement.

Objectifs :

Permettre aux collaborateurs chargés du suivi des comptes clients d'acquérir une méthodologie et les connaissances propres à optimiser la gestion interne du poste client.

Description du programme :

A - L'environnement économique et technologique de l'entreprise

L'offre

La demande

Les contraintes

B - Les décisions financières de l'entreprise

Décisions internes

Décisions externes

C - L'entreprise et sa gestion

La gestion des entreprises aujourd'hui

La maîtrise des risques

D - Le risque client et sa maîtrise

Les objectifs

Les contraintes

Les impayés et leurs conséquences

E - L'analyse du risque

La recherche de l'information

Le contrat commercial : les précautions à prendre

Le choix du mode de paiement

F - Comment sécuriser les transactions commerciales ?

Les moyens à mettre en œuvre

L'assurance export pour les transactions internationales

G - Le recouvrement forcé des créances

Que faire en cas d'impayés ?

Le recouvrement des chèques : l'exercice des recours

Le recouvrement forcé des effets de commerce

H - Les droits du créancier

La garantie légale des droits

Le gage général des créanciers

Les procédures d'exécution

Le recouvrement à l'amiable

La négociation

Techniques de recouvrement

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables et agents de recouvrement.

Objectifs :

- Maîtriser les techniques de recouvrement.
- Appréhender l'importance du recouvrement dans le champ d'action de l'entreprise.
- Acquérir l'approche pratique pour un recouvrement efficace.

Description du programme :

A - L'organisation des techniques de recouvrement :

Approche théorique

L'organisation de la force de recouvrement

Les techniques de recouvrement

L'adaptation des techniques de recouvrement aux situations de refus

La maîtrise des aspects et des procédures judiciaires liés au recouvrement

B - Recouvrement sur le terrain : Approche pratique

Définir le processus ou la procédure de recouvrement par catégorie de client

Rédiger des lettres de relance efficaces

Intervenir directement chez le client

C- L'émission d'appels en recouvrement de créances

Les enjeux de la relation

Votre positionnement

Le positionnement de votre interlocuteur

Les avantages du recouvrement amiable

Les outils d'une bonne communication

L'adaptation à l'interlocuteur

La formulation

Les types de questions

Le traitement de l'appel

Le plan de l'appel

La présentation

La phrase d'accroche

L'entonnoir de la découverte

La solution de recouvrement

Le traitement des objections

La conclusion

La conduite de l'entretien

La notion de directivité

Ecoute, silence, reformulation

Comptabilité analytique

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables financiers et comptables.

Objectifs :

Maîtriser les principes et les règles de la comptabilité analytique.

Exploiter et utiliser à bon escient les différentes méthodes de calcul des coûts pour procéder à des évaluations appropriées des performances réalisées en termes d'efficience des opérations.

Description du programme :

A – Qu'est-ce que la comptabilité analytique ?

Définition, objectifs et caractéristiques de la comptabilité analytique

Classification des coûts

B – Mise en place de la comptabilité analytique

Analyse de l'existant

Etude de l'organigramme de l'entreprise

Etude des responsabilités

Examen des centres de coûts /centres de profits

Connaissance de l'activité de l'entreprise, ses produits et services

Qualité du système d'information et comptable en place

Contraintes matérielles et financières de l'entreprise

Etude conceptuelle

Principales étapes de l'étude conceptuelle

Les préalables à la réalisation

Les spécifications techniques

Les tests et contrôles

Les remontées en charge

Mise en place du système proposé

Organisation des systèmes

Choix des sections analytiques et des unités d'œuvres

Ventilation des charges et produits

Calculs des coûts et résultats

Fiabilité du système mis en place

Présentation et diffusion des résultats

Prise de décision

C – Méthode d'analyse des coûts

Coût complet

Coût variable

Coûts préétablis

D – Tirer de l'analyse des coûts les bonnes décisions

Les aspects juridiques du recouvrement

Durée : 2 jours

Profil des participants : Agents de recouvrement.

Objectifs :

Connaître les aspects juridiques relatifs au processus de recouvrement.

Description du programme :

A – Comment formaliser la créance ?

Action selon la nature et la situation du débiteur

L'exigibilité anticipée

La mise en demeure de rembourser

B – Prendre des mesures conservatoires

Hypothèque judiciaire

Nantissement judiciaire de fonds de commerce

Saisie-arrêt

Saisie conservatoire immobilière

C – Les voies d'exécution

La prise de titre

Les différentes saisies

La réactivation

L'analyse financière

Durée : 2 jours

Profil des participants : Analyste et responsable financier.

Objectifs :

- Savoir lire et interpréter les documents financiers d'une entreprise.
- Connaître et comprendre les concepts essentiels de l'analyse financière.
- Apprécier la santé financière d'une entreprise à partir de son bilan et de son compte de résultat.

Description du programme :

A – Intégrer les objectifs de l'analyse financière

Les objectifs

Les conditions

Les autres sources d'informations : dirigeants, mode managérial, climat social, informations économiques et politiques en fonction du secteur d'activité

B – Analyser la situation financière de l'entreprise à partir du bilan financier

Détecter les insuffisances du bilan comptable par rapport à la logique financière

Comprendre le passage du bilan comptable au bilan financier

Définition des notions de FR (Fonds de Roulement), de BFR (Besoin en Fonds de Roulement)

Identification des principaux ratios de structure (liquidité, autonomie financière, solvabilité) et de rotation (stocks, clients, fournisseurs)

C – Analyser la performance de l'entreprise

L'autofinancement

CAF ou capacité d'autofinancement

Établir et exploiter le tableau de financement

Diagnostic financier

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables financiers et contrôleurs de gestion.

Objectifs :

Appréhender les faiblesses et forces d'un bilan.

Interpréter les comptes.

Réaliser le diagnostic d'une entreprise.

Description du programme :

A - Les objectifs du diagnostic

Porter un jugement sur la politique financière passée adoptée par l'entreprise

Faciliter la prise des décisions futures

Les domaines d'investigation

B - Les principaux éléments du diagnostic

L'information

Les objectifs recherchés dans le diagnostic

Les instruments d'analyse

Les normes ou références

La méthode ou démarche

La conclusion : la prise de décision

C - Les informations disponibles

Les informations générales

Les informations sectorielles

Les informations provenant de l'entreprise

D - Le diagnostic opérationnel

Etude de produit

Etude du marché

Etude de l'activité

Analyse de la rentabilité

E - Le diagnostic financier

Comment mesurer les risques de l'entreprise

Détention du capital

Gestion des dirigeants : les compétences indispensables

Implication des actionnaires

F - Les "cotation risques"

Le principe

Les risques immédiats

Les risques différés

La méthode ABC

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables financiers et contrôleurs de gestion.

Objectifs :

- Savoir définir précisément les objectifs et les ressources de son projet.
- Déterminer le coût de revient selon la méthode ABC.
- Améliorer ses tableaux de bord et son organisation en partant des attentes des clients.

Description du programme :

A – Calcul des coûts de revient suivant les méthodes traditionnelles et suivant la méthode ABC

Déterminer les enjeux de la mise en place de la méthode ABC

Réconcilier l'analyse des coûts et la réflexion stratégique

Affiner la politique de prix

Réduire les délais

Suivre les performances individuelles et collectives

Améliorer la qualité des processus

Réussir la mise en place dans l'entreprise

B – Passer d'une comptabilité analytique classique à la méthode ABC

Quelles sont les insuffisances de la comptabilité de gestion classique ?

Connaître la typologie des coûts

Coûts directs et indirects

Coûts variables et fixes

Coûts complets et partiels

Les différentes méthodes d'analyse des coûts

Procéder étape par étape

Qui associer à la démarche ?

Collecter les informations

Assurer l'efficacité de la méthode ABC

Méthodes de réduction des coûts

Durée : 2 jours

Profil des participants : Toute personne intéressée par la compétitivité de l'entreprise.

Objectifs :

- Connaître les coûts qui pèsent dans la rentabilité de son entreprise.
- Quelles méthodes à mettre en place pour les réduire.
- Construire son plan d'actions.

Description du programme :

A – La réduction des coûts au sein de l'entreprise : une démarche structurée

Comment réaliser une segmentation pertinente de ses achats ?

En déduire ceux qui sont prioritaires pour sa démarche

Décomposer ses coûts d'achats

Types de coûts à réduire

B – Les principaux outils à connaître et à utiliser pour atteindre ses objectifs

Le COST KILLING : Comment tirer le meilleur de cet outil et éviter ses pièges ?

Le BENCHMARK : Comment concevoir et optimiser son plan BENCHMARK ?

Impliquer ses fournisseurs dans sa stratégie de réduction des coûts

Instaurer une veille permettant « l'amélioration continue » dans l'entreprise

Utiliser les nouvelles technologies

Mettre sous surveillance contrôlée tous les acheteurs de l'entreprise

C – Le plan de réduction des coûts de votre entreprise :le construire et le réaliser

Description de l'existant

Comptabilité analytique

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables financiers et comptables.

Objectifs :

- Maîtriser les principes et les règles de la comptabilité analytique.
- Exploiter et utiliser à bon escient les différentes méthodes de calcul des coûts pour procéder à des évaluations appropriées des performances réalisées en termes d'efficacité des opérations.

Description du programme :

A – Qu'est-ce que la comptabilité analytique ?

Définition, objectifs et caractéristiques de la comptabilité analytique

Classification des coûts

B – Mise en place de la comptabilité analytique

Analyse de l'existant

Etude de l'organigramme de l'entreprise

Etude des responsabilités

Examen des centres de coûts /centres de profits

Connaissance de l'activité de l'entreprise, ses produits et services

Qualité du système d'information et comptable en place

Contraintes matérielles et financières de l'entreprise

Etude conceptuelle

Principales étapes de l'étude conceptuelle

Les préalables à la réalisation

Les spécifications techniques

Les tests et contrôles

Les remontées en charge

Mise en place du système proposé

Organisation des systèmes

Choix des sections analytiques et des unités d'œuvres

Ventilation des charges et produits

Calculs des coûts et résultats

Fiabilité du système mis en place

Présentation et diffusion des résultats

Prise de décision

C – Méthode d'analyse des coûts

Coût complet

Coût variable

Coûts préétablis

D – Tirer de l'analyse des coûts les bonnes décisions

Comptabilité budgétaire

Durée : 2 jours

Profil des participants : Contrôleurs budgétaires, Contrôleurs de gestion et responsables impliqués dans la préparation, l'élaboration et le suivi des budgets.

Objectifs :

- Maîtriser les concepts de base de la gestion budgétaire.
- Acquérir les réflexes d'une démarche structurée pour bâtir son budget.
- Sensibilisation des participants aux problèmes de relationnel et au respect des dates butoir.

Description du programme :

A – Concept de base de la comptabilité budgétaire

Définitions

Principes de la gestion budgétaire

Le contrôle budgétaire dans le contexte des organismes publics

B – Méthodologie pour bâtir son plan prévisionnel

Démarche

Aspect pratique et psychologique

Nature des budgets élaborés

Maîtriser la gestion de temps

C – Outils et techniques de la comptabilité budgétaire

Outil comptable

Outil informatique

Outil statistique et probabilisé

Information des unités fonctionnelles et d'exploitation

D – Comment suivre et contrôler son budget ?

Suivi des résultats

Calcul des écarts

Interprétation des résultats et décisions

Forces et faiblesses

Axes d'amélioration

Gestion budgétaire

Durée : 2 jours

Profil des participants : Contrôleurs budgétaires, Contrôleurs de gestion et responsables impliqués dans la préparation, l'élaboration et le suivi des budgets.

Objectifs :

- Acquérir les techniques d'élaboration budgétaire pour bien préparer son budget.
- Acquérir et développer les outils de mesure et de contrôle de l'activité, construire des standards, analyser les écarts et actualiser les prévisions.

Description du programme :

A – Situer l'outil budgétaire dans le système d'information et de gestion de l'entreprise

L'entreprise : une organisation pilotée et sous contrôle

Les outils de mesure de la performance

La procédure budgétaire (hypothèse, calendrier...)

L'articulation des différents budgets

B – Les principes de conception des budgets

Le budget commercial : technique de prévision et paramètres à considérer

Le budget de production : dimensionner les capacités

Le budget des frais généraux : les apports du « BBZ »

Le budget des charges de personnel : effectif et masse salariale

Le budget des investissements et critères de choix

Le budget de trésorerie : synthèse financière des choix d'exploitation et d'investissement

C – Les modalités du contrôle budgétaire

Les différentes étapes du contrôle budgétaire

Place des outils de reporting dans le processus de contrôle

Les préalables à l'analyse des écarts

Budget flexible et actualisation budgétaire

Détermination des coûts standards

Analyse des écarts

D – Le pilotage des activités par la mise en place des tableaux de bord

Rôle et principes de conception des tableaux de bord

Choix des indicateurs pertinents

Mise en forme des données

Mise en place d'une structure d'audit interne

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables d'un service d'audit interne, Auditeurs internes et futurs collaborateurs.

Objectifs :

- Connaître les conditions nécessaires pour réussir l'implantation d'une structure opérationnelle d'audit interne.
- Identifier les clients de l'audit interne et saisir leurs attentes.

Description du programme :

A - Mission du responsable de l'audit interne

B - Les moyens et pratiques d'une implantation réussie

C - Le management de la structure d'audit interne

D - Plan d'action et premier programme d'audit

MARKETING

Veille stratégique et intelligence marketing

Durée : 2 jours

Profil des participants : Directeurs et responsables Marketing.

Objectifs :

- Définir les principes et la méthodologie nécessaire à la mise en place d'un système de veille stratégique.
- Identifier les sources et les outils utiles.
- Etudier les conditions de structuration et de fonctionnement d'un système de veille.

Description du programme :

A – Veille stratégique

Pourquoi fait-on de la veille ?

Problématique de mise en place d'une veille

Rappel des caractéristiques de l'information formelle

B – Pratiquer la veille stratégique et l'intelligence marketing

La valeur de l'information

La méthodologie de l'intelligence stratégique : le cycle de la veille

Les champs de surveillance et de pratique de la veille

La planification de ses besoins en information

Outils et techniques de recherche d'information

L'analyse de l'information : créer de la valeur ajoutée

C – Pratiquer la veille concurrentielle

Situer son entreprise dans son environnement concurrentiel

Quels sont les champs de surveillance de la concurrence ?

Méthode d'étalonnage concurrentiel

Les axes de veille sur la concurrence et les principales sources d'informations

Organiser la veille en interne

Mettre en place un système de la veille stratégique

Caractéristiques d'un audit informationnel

Détection des menaces et des risques

Audit pratique : méthodes et outils

Du plan d'actions marketing au plan d'actions commerciales

Durée : 2 jours

Profil des participants : Directeurs et responsables marketing, responsables commerciaux.

Objectifs :

- Faire le lien entre le Plan Marketing et le PAC.
- Acquérir une méthodologie d'analyse des marchés, des clients, de l'offre.
- Identifier et savoir utiliser les actions de marketing opérationnel pertinentes.
- Bâtir et formaliser son Plan d'Actions Commerciales.

Description du programme :

A – Du plan Marketing au Plan d'Actions Commerciales

Faire du PAC l'outil du déploiement de la stratégie commerciale et marketing

Prendre la mesure de l'impact des analyses marketing sur le champ commercial local

Traduire les objectifs marketings en objectifs commerciaux : la méthode « en cascade »

Vérifier la cohérence des indicateurs de résultats commerciaux et marketing

B – Maîtriser l'analyse des faits marquants

Analyser les sources d'informations : veille, analyses marketing, tableaux de bord et statistiques

Comprendre les faits significatifs par segment de marché, par segment de clientèle

Analyser le portefeuille client : taux de pénétration et taux de couverture

Fixer les actions en lien avec les objectifs marketings : matrices ABC, produits/clients

Étudier la concurrence locale : forces, faiblesses

C – Formaliser un diagnostic, décidé des actions

Diagnostiquer forces et faiblesses de l'équipe commerciale : organisation, ratios, Plan de vente

Construire la matrice EMOFF par secteur de vente : sécuriser, renforcer ou développer

Construire un Plan d'Actions Internes : priorités de l'équipe et Plans d'Actions Individuels

Optimiser le mix de l'offre marketing par secteur commercial

Adapter au niveau local : prix, communication, promotion et distribution

D – Lancer le Plan, planifier les actions

Formaliser son Plan d'Actions Commerciales

Établir les plannings d'actions clients, de marketing opérationnel et de management

Lancer l'action en synergie : la réunion marketing/ventes

Comprendre et appliquer le Benchmarking

Durée : 2 jours

Profil des participants : Directeurs et responsables marketing, chefs de produits.

Objectifs :

L'exploration d'un concept - définition / Typologie.

Une méthodologie - Mise en place / Evolution / Surveillance.

La prise de conscience de son environnement concurrentiel - Un état d'esprit / Une déontologie.

Description du programme :

A. Le Benchmarking : Exploration d'un concept

Définition

Qu'est-ce que le Benchmarking ? – En quoi consiste-t-il ?

Pourquoi faire du Benchmarking ? Quels bénéfices pour votre entreprise ?

B – Typologies du Benchmarking

Benchmarking Interne

Benchmarking Compétitif ou Concurrentiel (concurrents directs)

Benchmarking Fonctionnel (orienté vers une fonction)

Benchmarking Générique ou Horizontal

C – Méthodologie : les 5 grandes phases du processus de Benchmarking

L'autodiagnostic

Objectifs et Identification des cibles

Collecte des Informations / Visites des cibles (Le benchmarking)

Adaptation et déploiement (Le Post Benchmarking)

Observation et Ajustement

D – Une déontologie du Benchmarking

Légalité

Echange

Confidentialité

Utilisation de l'Information

Contact

Préparation

Achèvement

Compréhension

Le marketing des PME

Durée : 2 jours

Profil des participants : Dirigeants de PME, responsables marketing et communication au sein de PME

Objectifs :

Disposer des outils et concepts nécessaires pour mettre en place une démarche marketing au sein d'une PME

Description du programme :

A – Généralités sur le Marketing

Comment segmenter votre marché ?

Définir le comportement d'achat

B – Le pricing

Qu'est-ce que la politique de prix ?

Comment fixer votre prix ?

C - La communication au sein d'une PME

Gérer votre image

Faire de la publicité

Réussir vos promotions

Communiquer avec la presse

Le web Marketing

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables marketing, responsables produits, responsables communication, gestionnaires des sites Web

Objectifs :

Maîtriser la création, la gestion et l'animation de votre site Web.

Communiquer de manière efficace via le Web.

Description du programme :

A- La création et la gestion du site Web

Créer votre propre site Web

Quel contenu pour le site Web ?

Gérer votre site Web au quotidien

Comment référencer votre site Web ?

Analyser les fréquentations et fidéliser les visiteurs

²B – La communication via Web

La publicité via le Web

Gérer votre image

Réussir votre plan de communication externe

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables de communication, chefs de marques, chefs de gamme et de produits, responsables marketing.

Objectifs :

- Elaborer en fonction des budgets disponibles une stratégie de communication efficace et " orchestrée ".
- Maîtriser les techniques de communication selon les différents médias.
- Piloter et contrôler efficacement les spécialistes extérieurs chargés de sa mise en œuvre.

Description du programme :

A – Du Marketing au plan de communication

Actualiser la définition de ses marchés cibles

Fixer des objectifs de notoriété

Hiérarchiser les messages pour mieux les diffuser

Elaborer pour chaque marché un schéma de communication approprié

B – Mass média et autres supports

Les points clés d'une campagne de publicité : le brief, la copy stratégie, le pilotage du processus créatif, l'évaluation des résultats

Gérer la publicité dans un contexte international

Le site web : les nouvelles règles de l'e-communication et les facteurs clés de succès

C – Pour un média planning global et cohérent

Connaître les critères d'efficacité : échelles d'économie et de puissance, coût au mille utile, GRP...

Cerner les budgets et identifier les opportunités du marché pour mieux piloter les campagnes

Reporting

Evaluer l'efficacité de vos campagnes de communication

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsable Marketing.

Objectifs :

Comprendre les enjeux et objectifs de l'évaluation de vos actions de communication.

Maîtriser tous les outils d'évaluation et de contrôle des résultats de vos actions de communication : 'RP, pub, événementiel, communication interactive, sponsoring'.

Recourir aux outils de mesure adaptés à vos besoins.

Description du programme :

A – Mettre en œuvre une stratégie d'évaluation adaptée à vos objectifs

Déterminer le budget à consacrer à vos actions d'évaluation et de mesure

Choisir la stratégie de mesure adaptée à votre structure Faire appel à l'externalisation ou mesurer vos actions en interne ?

Structurer votre plan d'action par étapes clés, en fonction de vos objectifs

Quels sont les outils « classiques » les mieux adaptés en fonction de vos objectifs initiaux : choisir entre la mesure quantitative et la mesure qualitative

B – Méthodologies et outils incontournables

Réussir la mise en place d'une étude quantitative

Exploiter efficacement vos études qualitatives

C – Evaluer vos retombées en presse et en publicité : comment les comparer ?

Analyser efficacement vos retombées presse

Mesurer la performance de vos campagnes publicitaires

D – Maîtriser des outils innovants d'amélioration de votre performance en communication d'entreprise

Le Benchmarking en communication : comprendre les objectifs et les applications

Site web, intranet, comment évaluer votre communication interactive : avantage et limites les études online

Mesurer l'efficacité d'une action de communication complexe auprès des différents publics impliqués dans cette action

Comment réussir vos promotions des ventes ?

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables Marketing, chefs de marché, chefs de groupe, chefs de produits ou de marques, responsables commerciaux chargés de la négociation avec les enseignes.

Objectifs :

Maîtriser les mécanismes de base de la promotion des ventes, accroître l'efficacité des investissements et éviter les gaspillages, bien utiliser les vraies innovations.

Description du programme :

A - Intégrer les techniques et médias de la promotion

- La définition de la promotion
- La promotion dans le mix de communication
- Les 3 démarches promotionnelles
- Les comportements des consommateurs
- Le concept d'opération promotionnelle
- Les bénéfiques consommateurs
- Les grands principes juridiques
- Les techniques (familles, typologie)
- Les avantages promotionnels
- Les cibles de la promotion
- Les médias promotionnels (produit, vendeur, point de vente, directs, mass-média)

B - Elaborer la stratégie et la planification promotionnelle

Les effets de la promotion

Les étapes stratégiques de la marque

Les comportements d'achat

Les objectifs de la promotion : Consommateurs, distributeurs, commerciaux, réseaux

Le choix des objectifs et des techniques

Le processus de planification

L'établissement du plan promotionnel

C - Mesurer l'efficacité et la rentabilité de la promotion

Les critères d'efficacité de la promotion

L'efficacité globale, l'efficacité intrinsèque des techniques, l'efficacité des combinaisons d'actions

L'influence de l'utilisation des médias

Le taux de remontée : Offre de remboursement, bon de remboursement, Primes différées et auto payantes, jeux

Les coûts des principaux types d'action, la rentabilité des actions

D - Connaître les nouveaux outils de la promotion

La recherche d'efficacité dans la relation industriels-distributeur

La recherche de différenciation des enseignes

Les systèmes de fidélisation (cartes privatives)

La promotion électronique ou "virtuelle"

Les opérations multi-marques ou "transversales"

Le partenariat promotionnel, systèmes partagés

Les nouvelles formes de jeu, révolution du couponnage

Maîtriser les techniques d'étude du marché

Durée : 2 jours

Profil des participants : Directeurs et responsables marketing, chefs de produits et toutes personnes amenées à réaliser des études de marché.

Objectifs :

- Identifier l'objectif de l'étude de marché.
- Choisir et mettre en œuvre une démarche appropriée en adéquation avec l'objectif marketing.
- Analyser les données et savoir juger de leur pertinence.

Description du programme :

A – Analyser le contexte de l'étude du marché

Analyser le contexte « stratégique »

Identifier le contexte « Marketing »

Identifier le « besoin en information »

B – Exploiter les différentes sources d'information

La veille concurrentielle

La veille commerciale

Les données issues des canaux commerciaux

Les données issues des études précédentes

C – L'approche qualitative pour l'étude du marché

Préparer le guide d'entretien

Les entretiens individuels et en groupe, avantages et inconvénients

Réussir vos entretiens individuels ou en groupe

D – L'approche quantitative pour l'étude du marché

Faire les choix méthodologiques (mode de recueil, taille de l'échantillon, méthodologie de l'échantillonnage)

Elaborer votre questionnaire : Comment poser les bonnes questions ?

Dépouiller les résultats : L'analyse de base et l'analyse approfondie

Comment réussir un mailing efficace ?

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables marketing et toutes personnes utilisant le mailing comme moyen de vente.

Objectifs :

Fournir aux participants les outils rédactionnels et techniques nécessaires à la réussite de leurs campagnes de mailings.

Description du programme :

A – Généralités sur le mailing

Les différents outils de marketing

Les avantages et les inconvénients du mailing

B – Préparer votre base

Constituer votre base : clients, prospects, clients des concurrents, etc.

Segmenter votre base

C – Rédiger votre courrier

Constituer votre argumentaire de vente

Choisir vos accroches

Rédiger et mettre en page votre courrier

D – Maîtriser la logistique de l'envoi des mailings et réaliser votre bilan

Planifier la logistique

Contrôler le déroulement de la logistique

Suivre le retour

Mesurer l'impact et calculer vos coûts

Comment constituer votre base prospects ?

Durée : 2 jours

Profil des participants : Directeurs, responsables Marketing et Communication.

Objectifs :

Fournir aux participants les outils et techniques leur permettant de constituer une base de prospects afin de réussir les campagnes marketing.

Description du programme :

A – Connaître vos prospects

Identifier votre cible

Constituer votre base : clients, prospects, clients des concurrents, etc.

Segmenter votre base

Les différents types de segmentation

B – Les sources de données pour la constitution d'une base

Les éditeurs de bases de données sur le marché

Choisir votre source

C – Constituer et mettre à jour votre base de données

Constituer votre base

Qualifier votre base

Mettre à jour votre base

COMMERCE INTERNATIONAL

Circuits bancaires et moyens de paiement à l'international

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables financiers et responsables de trésorerie.

Objectifs :

- Permettre aux participants de connaître et de comprendre le circuit bancaire des paiements internationaux.
- Maîtriser les différents moyens de paiement internationaux pour une meilleure utilisation.

Description du programme :

A – L'environnement international de l'entreprise

Les préoccupations majeures des opérateurs du commerce international
Les risques des transactions internationales
Les précautions indispensables
L'intervention des banques

B – Le circuit bancaire des paiements internationaux

Le mécanisme des règlements internationaux
Le réseau des correspondants
Banques internationales et compte en devises
Les comptes « NOSTRO »
Les comptes « LORO »
Le fonctionnement des comptes « NOSTRO » et « LORO »

C – Le procédé « SWIFT »

Structure du réseau
Circulation des messages
Les qualités du système SWIFT : rapidité, sécurité, faible coût

D – Les moyens de paiement internationaux

Les facteurs déterminants
Les critères de choix
Moyens de paiement en situation de confiance totale
Moyen de paiement en situation de confiance mitigée
Moyen de paiement dans l'absence totale de confiance
Avantages et inconvénients de chaque moyen de paiement
Les parades aux inconvénients
Comment sécuriser les paiements à l'international ?

La gestion des comptes de l'admission temporaire

Durée : 2 jours

Profil des participants : Agents spécialisés du service étranger et techniciens de la logistique import-export.

Objectifs :

- Avoir un aperçu sur le fonctionnement des régimes suspensifs en douane.
- Connaître l'utilité du régime et son environnement réglementaire.
- Maîtriser les procédures d'octroi et les mesures d'apurement.
- Savoir procéder à la lecture et à l'analyse du sommier.
- Apprendre les possibilités de combinaison avec les autres régimes.

Description du programme :

A – Introduction

B – Présentation des régimes suspensifs à l'importation

C – Définition et portée de l'ATPA

D – Conditions d'exercice du régime

E – La cession en ATPA

F – Procédures de régularisation

G – Gestion des sommiers

H – Règlement des litiges

La Réglementation de change et les techniques de paiement

Durée : 2 jours

Profil des participants : Agents spécialisés du service étranger, techniciens de la logistique import-export, responsables financiers et responsables de trésorerie.

Objectifs :

- Définir le cadre légal des mouvements des capitaux consécutif à la transaction de commerce international.
- Identifier l'ensemble des textes législatifs et réglementaires régissant la matière.
- Connaître les axes principaux de la pratique des changes.
- Maitriser les procédures et les circuits.
- Acquérir les techniques de paiement à l'international.
- Définir ses droits et obligations par rapport aux autorités et aux intermédiaires.

Description du programme :

A - Introduction générale

B - Le cadre juridique

Présentation de l'institution de tutelle : organisation et mission

La réglementation des changes à l'importation

La réglementation des changes à l'exportation

Les réglementations spécifiques

C - Le cadre opérationnel

La domiciliation des titres import-export

L'imputation douanière

Les transferts

D - Les techniques de paiement

Les incoterms internationaux

Les garanties de paiement

Les régimes d'exonération des droits et taxes douanières

Durée : 2 jours

Profil des participants : Agents spécialisés du service étranger, techniciens de la logistique import-export, responsables financiers et responsables de trésorerie.

Objectifs :

- Connaître le cadre légal et réglementaire des suspensions, franchises et exonérations des droits et taxes douaniers.
- Savoir comment introduire une procédure d'octroi de franchise.
- Définir ses droits et obligations par rapport aux avantages obtenus.
- S'enquérir des mesures de régularisation.

Description du programme :

A - Introduction

B - Les franchises de droit

C - Les exonérations circonstanciées

D - Les exonérations conventionnelles

E - Les suspensions

F - Les procédures et les circuits

G - Les franchises

Les régimes économiques en douane

Durée : 2 jours

Profil des participants : Agents spécialisés du service étranger, techniciens de la logistique import-export, responsables financiers et responsables de trésorerie.

Objectifs :

- Connaître les principaux régimes de dédouanement
- Identifier chacun des 9 régimes économiques en douane.
- Définir l'utilité de chaque régime par rapport à l'activité de l'entreprise.
- Maîtriser les circuits et procédures administratifs.
- Apprendre les systèmes d'apurement.
- Savoir gérer les cas litigieux vis-à-vis de la douane et/ou de la justice.

Description du programme :

A – Introduction générale

B – Les régimes économiques à l'importation

C – Les régimes économiques à l'exportation

D – Les procédures de régularisation

E – Les cessions de marchandises hors douane

F – La gestion des sommiers

G – Le contentieux

Réglementation douanière et techniques de dédouanement

Durée : 4 jours

Profil des participants : Agents spécialisés du service étranger, techniciens de la logistique import-export, responsables financiers et responsables de trésorerie.

Objectifs :

- Connaître les principes généraux de la réglementation au niveau national et international.
- Définir les droits et obligations des opérateurs économiques.
- S'identifier par rapport aux différents intervenants dans l'acte de dédouanement.
- Maîtriser les procédures, les circuits et les documents en douane.
- Présenter les dernières mesures de simplification des procédures douanières.

Description du programme :

A - Données au sujet de l'évolution des opérations import- export

B - Cadre juridique des opérations Import-Export

Les procédures de dédouanement

Le cadre opérationnel

Le nouveau cadre de dédouanement au Maroc

Evolution du commerce mondial

Le commerce extérieur au Maroc une activité millénaire

Nouvelles caractéristiques du commerce extérieur marocain

Les aspects douaniers de la T.C.I (Transaction Commerciale Internationale)

Les acteurs de la T.C.I

Les missions de la douane

Les services centraux (Administration Centrale)

Les Services extérieurs

Les moyens d'action

Le cadre réglementaire

Architecture du code

Les moyens humains

Les autres moyens d'action

Le système informatique

Le cadre institutionnel du commerce international au Maroc

Le système de délégation des pouvoirs

C - Le cadre opérationnel

Les procédures de dédouanement
Des formalités à accomplir
Des documents à produire
Des circuits à respecter
Gestion des flux physiques des marchandises
L'espace géographique de l'acte de dédouanement
Conduite et mise en territoire assujetti
Conduite par mer, air et terre
Mise en territoire assujetti
La déclaration sommaire
La localisation des marchandises
Le choix du déclarant
Les formalités préliminaires
Les modalités d'importation
Le titre d'importation
La domiciliation
Le contrôle de change
Les termes commerciaux internationaux
La notion de régime en douane
Les régimes de dédouanement, généraux et particuliers
Etendue des dérogations
Objet des régimes particuliers, la franchise totale et l'exonération partielle
Les régimes économiques en douane
Les caractéristiques et conséquences des R.E.D.S
Le système des cautions en douane
Les R.E.D.S 2000 et non suspensifs
Les formules de déclaration à utiliser
Les documents administratifs à produire
Les circuits à emprunter

D - Le Nouveau cadre conventionnel enjeu de la transaction commerciale au Maroc

Les accords bilatéraux
Accords bilatéraux de libre échange
Accords tarifaires bilatéraux
Accords bilatéraux en matière de transport routier
Accords bilatéraux en matière de transport aérien
Accords avec les Groupements Economiques
Les accords multilatéraux et Internationaux
L'origine : principal critère de la préférence tarifaire
Les règles nouvelles de l'origine
Définitions, enjeux et perspectives
Les mesures pratiques de simplification des procédures

RESSOURCES HUMAINES

Elaborer votre politique ressources humaines

Durée : 2 jours

Profil des participants : Dirigeants d'entreprises, directeurs et responsables ressources humaines.

Objectifs :

Elaborer une politique Ressources Humaines dans le cadre de la stratégie globale de l'entreprise et la faire connaître au sein de l'entreprise.

Description du programme :

A - Concevoir votre politique Ressources Humaines

Les rubriques d'une politique Ressources Humaines

Les caractéristiques de la politique Ressources Humaines

Les intervenants dans le cadre de la conception d'une politique Ressources Humaines

Les informations nécessaires à l'élaboration de la politique Ressources Humaines

Le processus d'élaboration et de validation de la politique Ressources Humaines

La mise à jour de la politique Ressources Humaines

B - Communiquer votre politique Ressources Humaines

Qui doit communiquer la politique ressources humaines ?

Les moyens de communication

Audit social

Durée : 2 jours

Profil des participants : Toute personne amenée à réaliser un audit social, responsable ressources humaines, responsable juridique.

Objectifs :

Acquérir la méthodologie de l'audit et son application dans le domaine social.

Description du programme :

A – Introduction

Pourquoi faire un audit social ?

Les précautions de base dans la mise en œuvre d'un audit social

B – La méthodologie d'audit

La préparation d'audit (questionnaire, choix des audités, etc.)

La réalisation des entretiens

La rédaction du rapport d'audit

L'exploitation des résultats

C - Les rubriques auditées

La législation et la réglementation

Les Ressources Humaines

La communication interne

Le mode de management

Le climat social

Les tableaux de bord sociaux

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables Ressources Humaines, cadres de la fonction Ressources Humaines.

Objectifs :

Elaborer des tableaux de bord sociaux adaptés aux besoins des décideurs.

Construire et analyser le bilan social : outil de diagnostic et d'audit social.

Description du programme :

A – Généralités

Rôle et définition des tableaux de bord sociaux.

B – Elaboration des tableaux de bord

Management des tableaux de bord

Périodicité de diffusion

Choix des indicateurs et objectifs

Elaboration des ratios d'analyse

C – Suivi des tableaux de bord

Administration des effectifs et des emplois

Définition des effectifs

Mouvement du personnel

Recrutement

Rémunération et masse salariale

Formation professionnelle continue

Hygiène et sécurité, conditions de travail

D – Diffusion des tableaux de bord

Choix des tableaux de bord et adaptation des indicateurs selon le destinataire

LE BILAN SOCIAL

E – Généralités

Cadre légal du bilan social

Sanctions pour non respect du cadre légal

La nomenclature du bilan social

Diffusion et communication du bilan social

Rôles et moyens des différents intervenants : Les représentants du personnel, l'inspection du travail, etc.

F – Réalisation du bilan social

Exploitation de sa base de données

Choix des indicateurs

Définition et calcul des effectifs

Mise en forme du bilan

Comment élaborer vos fiches de fonction ?

Durée : 2 jours

Profil des participants : Directeurs et Responsables de Ressources Humaines, responsables qualité ou toute personne amenée à élaborer des descriptifs de fonctions.

Objectifs :

Acquérir les outils et la méthodologie pour la mise en place de descriptifs de fonctions.

Elaborer une carte fonctionnelle des compétences.

Mettre en œuvre un référentiel dans ses différents usages.

Description du programme :

A - Rôle de la fiche de fonction dans la gestion des Ressources Humaines

Importance de la fiche de fonction pour :

Le recrutement, le contrat de travail, l'identification des besoins en formation, la gestion prévisionnelle de l'emploi, l'évaluation des performances

B - Méthodologie de recueil des informations pour l'élaboration des fiches de fonctions

Entretien avec le concerné et avec son responsable direct :

Préparation du guide d'entretien pour l'élaboration des fiches de fonctions

Recueil de l'information en entretien : Comment mener l'entretien ?

Observation des enregistrements sur le terrain

Identification des différents dysfonctionnements

Chevauchement de tâches, tâches non attribuées, etc.

Validation des éléments recueillis

C - Mise en forme des fiches de fonctions

Niveau de détail nécessaire à l'élaboration des fiches de fonctions

Rubriques des fiches de fonctions

Mission, Tâches, Compétences requises, Indices d'activité, Indices de performance

D – Mise à jour des fiches de fonctions

Construire un référentiel de compétence

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsable formation, responsable emploi, chargé du développement des compétences, chargé de mission RH.

Objectifs :

- Savoir construire le référentiel des compétences de l'entreprise.
- Mobiliser l'ensemble des dirigeants, encadrants et personnels sur l'amélioration des compétences.
- Disposer d'un levier majeur pour dynamiser la politique ressources humaines de l'entreprise.
- Donner aux responsables hiérarchiques un moyen privilégié pour animer leurs équipes.

Description du programme :

A – Les enjeux pour l'entreprise d'une gestion des compétences efficace

B – La finalité de la gestion des compétences par

Les dirigeants, les ressources humaines, les encadrants, le personnel

C – La méthodologie d'une gestion des compétences

Mise en place du groupe projet

Réflexion sur les différentes évolutions

Choix stratégique

Élaboration du projet

Validation du projet

Mise en œuvre

Actualisation

D – Les étapes de l'élaboration du référentiel de compétences

Choix de l'approche à utiliser pour l'entreprise

Information préalable

Collecte des compétences/fonctions

Mise en forme par fonctions

Mise à jour des définitions de postes/fonctions

Comparaisons internes/externes

Test

Approbation de la direction

Mise à disposition et communication

Retour d'expérience

Intégration des évolutions

E- L'utilisation dynamique du référentiel de compétences

Entretiens annuels de développement

Evaluation des compétences

Durée : 3 jours

Profil des participants : Responsables ressources humaines, responsables des services du personnel.

Objectifs :

Savoir évaluer le niveau de compétences globales disponibles dans l'entreprise.

Mettre en place un référentiel métiers.

Connaître les outils pertinents de l'évaluation pour votre entreprise.

Description du programme :

A - Concepts clés et enjeux de l'évaluation

Définir les concepts de : compétence, potentiel performance, poste...

Déterminer les objectifs de l'évaluation et les champs d'application

Développer la gestion de carrière et la mobilité interne

Identifier les potentiels

Inciter les salariés à progresser et à se former

Évaluer le niveau de compétences globales disponibles dans l'entreprise

Fournir une base à un système de rémunération

B - Maîtriser les étapes-clés de l'évaluation

Mettre en place un référentiel métiers : définir la structure de la base référentielle et traduire les activités professionnelles en compétences requises

Identifier et pondérer les compétences-clés d'un poste

Evaluer le niveau de maîtrise de chaque compétence dans le poste

C - Définir les modalités d'évaluation des collaborateurs

Bien répartir les rôles entre managers et responsables RH : évaluation et validation

Comment former les acteurs de l'évaluation et communiquer sur la démarche

D - Comment déterminer des indicateurs pertinents d'évaluation des compétences ?

Délimiter le périmètre de l'évaluation

Comment décrire les postes : définition d'emploi et lettre de mission

Travail prescrit et travail réel : comment définir avec le salarié les objectifs attachés à l'activité

Comment en déduire les indicateurs

E - Sélectionner les outils pertinents de l'évaluation pour votre entreprise

Les avantages et inconvénients des différents outils : entretiens, 360°Feed-back, tests, auto-évaluation...

Construire un système d'évaluation cohérent avec ses outils complémentaires

F - Traduire l'évaluation en développement des compétences : plan d'actions

Fixer les objectifs pour chaque collaborateur, dans une optique de développement des compétences

Quels moyens d'actions mettre en œuvre ? Actions de formation, mobilité, rôle du manager, coaching,

La gestion prévisionnelle des emplois et des compétences

Durée : 3 jours

Profil des participants : Directeurs et cadres des Ressources Humaines.

Objectifs :

Initier les participants aux outils d'analyse et d'anticipation des besoins en ressources humaines et des compétences.

Appréhender les approches de gestion individuelle et collective des compétences.

Initier les participants à l'approche compétence et aux modalités d'élaboration des référentiels compétences.

Description du programme :

A - Identifier les enjeux de la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC)

Définir le concept et son évolution

Appréhender les nouvelles dimensions de la GPEC

Resituer la GPEC dans le cadre des options stratégiques et de la politique des ressources humaines

Lister les étapes de mise en œuvre d'un projet de GPEC

B - Elaborer une carte des métiers et un répertoire de compétences

Définir les concepts de base : postes, emplois-types métiers, familles professionnelles

Réaliser une carte des métiers

Définir le concept de compétences

Savoir établir un référentiel des compétences

Passer des compétences individuelles aux compétences collectives

C- Connaître les ressources humaines actuelles

Avoir une approche quantitative : évaluation des effectifs

Avoir une approche qualitative des ressources humaines : évaluation des compétences

Élaborer le répertoire des compétences

D - Anticiper les emplois futurs et les compétences stratégiques

Identifier les facteurs d'évolution des emplois

Identifier l'impact des changements sur les emplois, les effectifs et les compétences

Elaborer la maquette des emplois cibles

Repérer les compétences stratégiques à développer

E- Concevoir et mettre en place les plans d'ajustement pour résorber les écarts

Analyser les écarts quantitatifs et qualitatifs

Définir les différents outils d'ajustement : recrutement, redéploiement, formation...

Choisir des plans d'ajustement qui tiennent compte des contraintes et de la spécificité des écarts identifiés

Piloter la mise en œuvre des plans d'ajustement

F- Maintenir et faire vivre la démarche de GPEC

Mettre en place des plans d'ajustement glissants

Comment évaluer l'efficacité de vos formations ?

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsable Ressources Humaines, Responsable Formation ainsi que toute personne amenée à évaluer des actions de formation.

Objectifs :

- Comprendre les différents niveaux d'évaluation de la formation.
- Concevoir les outils appropriés pour réaliser chacune de ces évaluations.
- Suivre les dossiers du personnel au niveau formation.

Description du programme :

A. Généralités sur l'évaluation de la formation

Définitions

Le processus de formation

Les quatre niveaux d'évaluation

Évaluation de la satisfaction des stagiaires

Qui évalue et quand ?

Outils d'évaluation

B. Évaluation pédagogique

Qui évalue et quand ?

Outils d'évaluation

C. Évaluation du transfert sur les situations de travail

Qui évalue et quand ?

Outils d'évaluation

D. Évaluation des effets de la formation

Qui évalue et quand ?

Outils d'évaluation

Techniques d'entretien de recrutement

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables et membres des services du personnel chargés de suivre les recrutements, managers.

Objectifs :

Assurer aux participants un perfectionnement pratique à l'entretien de recrutement : entraînement à la mise en œuvre des outils les plus performants grâce à la méthode CSP.

Description du programme :

A. La préparation de l'entretien

En fonction de l'étude du poste et du profil du candidat, élaborer un plan de l'entretien qui tienne compte des points importants à examiner

B. Le déroulement de l'entretien

Détecter les motivations du candidat : tous les outils et toutes les questions à utiliser dans l'entretien

L'analyse des points forts et faibles

Les attitudes du recruteur et leurs conséquences sur l'efficacité de la recherche de l'information

Les différentes sortes de questions et leur ordre

L'écoute active du candidat et l'incitation à le faire participer à l'entretien

La gestion des blocages et des difficultés d'expression

C. La conduite de l'entretien

L'organisation et le contrôle de l'entretien

L'introduction : mise à l'aise, présentation du poste et démarrage de l'entretien

Les différentes phases de l'entretien, les résumés partiels et la dynamique de l'entretien

L'écoute du candidat et la prise de notes

La conclusion et le suivi de l'entretien

Le rapprochement entre les informations obtenues et l'étude de poste

D. L'entretien de groupe

La sélection de groupe : intérêt, utilité et limites

Les différentes grilles d'observation en fonction

Politique et Système de rémunération

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables et Directeurs Ressources Humaines et toute personne ayant à fixer le niveau de rémunération du personnel.

Objectifs :

Mettre en place un système d'évaluation des équipes et le lier à la rémunération.

Description du programme :

A – Fixer le niveau de rémunération par l'étude de poste

Etude des cartographies des emplois et des référentiels de compétence

Etude des descriptions de poste

Analyse de la contribution, hiérarchisation des postes

Fixation du niveau de rémunération

B – Fixer le niveau de rémunération par la performance

Fixation des objectifs et du système de rétribution et communication

Suivi des performances

Rétribution par la rémunération

C – Gérer les contraintes sur la rémunération

Les contraintes légales

Les contraintes internes

Les contraintes du marché de l'emploi

D – Faire évoluer votre système de rémunération

Mise à niveau du système actuel pour plus d'équité

Types d'augmentation

Indicateurs pertinents de la cohérence de la masse salariale

Gestion administrative et sociale des Ressources Humaines

Durée : 3 jours

Profil des participants : Adjoints aux délégués, technicien en ressources humaines, secrétaires, agents administratifs

Objectifs :

Connaitre les contraintes réglementaires liées a la gestion administrative et sociale des ressources humaines.

Maitriser les techniques de gestion administrative et sociale des ressources humaines.

Description du programme :

I - Gestion administrative des Ressources Humaines

A- Elaboration et validation d'un règlement intérieur

Canevas du règlement intérieur

B- Réglementation et gestion du temps de travail

Modulation annuelle

Modulation hebdomadaire

Calcul des heures supplémentaires suivant le nouveau code de travail

C- gestion des congés

Congé régulier : droit et obligation

Les congés spéciaux

Les congés pour convenance personnelle

D - constitution et gestion des dossiers administratifs

Mesures disciplinaires

Le principe de la graduation

La nouvelle procédure et instances de contrôle des mesures disciplinaires

II- Gestion sociale des Ressources Humaines

A- Le fonctionnement pratique des institutions de représentation du personnel et la négociation annuelle obligatoire

B - La gestion des conflits sociaux

C - Relations sociales et représentation du personnel

D - Relation avec les organisations professionnelles

E - Risques professionnels

La législation du travail

Durée : 3 jours

Profil des participants : Responsable des services du personnel.

Objectifs :

Connaître et maîtriser les différents aspects de la nouvelle législation de travail de manière à mieux l'utiliser au quotidien.

Description du programme :

A – Généralités

Portée et limites de la nouvelle législation du travail

Utiliser le droit du travail au quotidien

Apprécier les risques liés au droit du travail

B – Le contrat de travail

La conclusion du contrat de travail

La suspension du contrat de travail

La modification du contrat de travail

La rupture du contrat de travail

C – Le droit disciplinaire

Sanctions

Règlement intérieur

Recours du salarié

D – Les institutions représentatives du personnel

Seuil d'effectif

Mise en place : élection, désignation, etc.

Missions, fonctionnement et limites de chaque institution

Audit des Ressources Humaines

Durée : 2 jours

Profil des participants : Auditeurs, Assistants d'audit, Cadres RH, Managers.

Objectifs :

Acquérir les méthodes de l'audit ressources humaines ; être capable d'utiliser l'audit comme un outil de gestion des ressources humaines.

A. La place de l'audit dans les ressources humaines

Pourquoi faire un audit RH ?

B. L'audit des ressources humaines consiste à établir une stratégie basée sur les étapes suivantes :

Pré diagnostic

Diagnostic

Préconisations

Mise en place et la conduite de l'audit

Conduire un audit Ressources Humaines

Qui impliquer dans la réalisation de l'audit ?

Articuler audit ponctuel et veille sociale

Contrôle et suivi

Coaching

Recrutement

Formation

C – Les indicateurs de l'audit ressources humaines

Les indicateurs thématiques et les indicateurs généraux

Les indicateurs de progrès et les indicateurs de performances

Les indicateurs de risque et de valeur ajoutée

D – Les méthodes de l'audit ressources humaines

Les enquêtes, les entretiens, l'utilisation des outils RH les réunions...

Communication interne

Durée : 3 jours

Profil des participants : Auditeurs, assistants d'audit, cadres RH, managers.

Objectifs :

- Déterminer les différents besoins de communication interne.
- Pouvoir élaborer des plans d'action de communication.
- Pouvoir utiliser la possibilité offerte par votre Intranet ?
- Quels sont les risques à maîtriser ?
- Comment calculer l'investissement nécessaire ?

Description du programme :

A- Les missions du Responsable de la communication interne aujourd'hui

B- Comment élaborer un plan de communication interne efficace ?

Hiérarchiser les objectifs : faire connaître, faire comprendre, faire adhérer

Croiser vos objectifs avec les contraintes de l'entreprise

Elaborer un plan de Communication Interne et la stratégie média

Les 10 "règles" pour "rater" sa communication interne

Comment organiser et animer un réseau de correspondants ?

C- Piloter son activité via des Tableaux de Bord flexibles et opérationnels

D- Utiliser l'Intranet en communication interne

Les possibilités offertes par Intranet

Les NTIC remettent-elles en cause les outils et les méthodes de travail "classiques" de la communication interne ?

Comment impliquer les opérationnels dans la mise à jour

E- Evaluer ses actions de communication interne

F- Comment améliorer ses outils : exemple de la refonte d'un journal interne

G- Comment mener une enquête d'opinion interne ?

H- Crise sociale et communication interne

Enjeux, spécificités et typologies des crises sociales

L'opinion publique et les médias face à la crise

Les principes de communication internes et externes en situation de crise

I- L'exemple de l'annonce d'un plan de restructuration / réorganisation

Le respect des règles de l'information/ consultation des partenaires sociaux

QUALITE, SECURITE ET ENVIRONNEMENT

Démarche qualité : élaborer et mettre en place un SMQ

Durée : 2 jours

Profil des participants : Personne ayant à mettre en place ou à jouer un rôle dans une démarche Qualité.

Objectifs :

- Appréhender la démarche de certification ISO 9001 version 2015.
- Implanter un système de management de la qualité conforme à la norme ISO 9001 version 2015.

Description du programme :

A - Généralités sur la qualité

Définitions relatives à la qualité

Histoire de la qualité

Les huit Principes du management de la qualité

Description de la norme ISO 9001 : 2015

B - Démarche de mise en œuvre d'un SMQ selon l'ISO 9001 version 2015

Structures de la démarche qualité

Réalisation de l'état des lieux

Engagement de la direction

Amélioration de la qualité

Pilotage de la démarche

Rôle de l'encadrement

Présentation de la démarche

Principes de la démarche

Étapes de la démarche

C - Actions à mener à chaque étape de la démarche

Diagnostic qualité et planification

Engagement de la direction

Elaboration de la cartographie préliminaire

Description, analyse et ré-ingénierie des macro processus de réalisation

Recensement des éléments qualité en place

Elaboration de la cartographie globale

Satisfaction des exigences de la norme

Audits et certification

Sensibilisation à la norme ISO 9001 version 2015

Durée : 1 jour

Profil des participants : Personne ayant à mettre en place ou à jouer un rôle dans une démarche Qualité.

Objectifs :

- Comprendre les concepts et les principes de la qualité.
- Comprendre l'intérêt de la mise en place d'une démarche qualité.
- Appréhender les différentes étapes de la démarche qualité

Description du programme :

A - Généralités sur la qualité

Environnement actuel de l'entreprise marocaine

Histoire de la qualité

Définitions relatives à la qualité

Les normes ISO pour la qualité

La certification ISO 9001 : 2015

Les audits qualité

B - Démarche d'implantation d'un Système de Management de la Qualité " SMQ "

Motivation des entreprises pour la certification

Description des étapes de la démarche de certification

Les investissements et les gains de démarche

C - Présentation sommaire de la norme ISO 9001 : 2015

La norme ISO 9001 version 2008

Système de management de la qualité

Responsabilité de la direction

Management des ressources

Réalisation du produit

Mesures, analyse et amélioration

D - Notre contribution dans la démarche

Les relations clients/fournisseurs

Les non-conformités et les actions correctives

Les 5 S

La qualité : un état d'esprit

Approche processus : Cartographie, analyse et amélioration des processus

Durée : 2 jours

Profil des participants : Toute personne ayant en charge la mise en œuvre d'une approche processus dans le cadre de la norme ISO 9001 version 2015. (responsables qualité, pilotes des processus)

Objectifs :

- Connaître les méthodes de détermination, de présentation, de réingénierie des processus.
- Être en mesure de maîtriser et d'améliorer les processus.

Description du programme :

A - L'approche processus dans l'amélioration de la qualité

QUELQUES RAPPELS RELATIFS A LA QUALITE

Définitions

Les huit principes de la qualité

Périmètre de la qualité

- LES INTERETS DE L'APPROCHE PROCESSUS

Stratégies à caractère budgétaire

Stratégies d'amélioration en fonction de la situation constatée

Stratégies de " base zéro "

Stratégies d'adaptation à l'évolution des produits et des marchés

L'APPROCHE PROCESSUS ET LES PRIX QUALITE

L'ISO 9001 ET L'APPROCHE PROCESSUS

B - Généralités sur les processus

Qu'est ce qu'un processus ?

Du processus au marco-processus

Typologie des processus (FD X 50 - 176)

C - Identification et description des macro processus et processus

Détermination du Champ de la certification

Cartographie des macro processus

Types de cartographie

Cartographie des processus

Élaboration de la cartographie du SMQ

D - Analyse de risques et évaluation de l'état de maîtrise des processus

Analyse des risques et plan d'actions

Analyse de la contribution à l'atteinte des objectifs et plan d'actions

Satisfaction des exigences de la norme ISO 9001

Validation des plans d'actions et mise en oeuvre

E - Maîtrise et amélioration des processus

Mesure de l'efficacité des processus

Indicateurs et tableaux de bord qualité

Revue des processus

Initiation aux concepts de la qualité

Durée : 2 jours

Profil des participants : Toute personne soucieuse de la qualité dans son entreprise et désireuse d'entreprendre une réflexion sur une démarche qualité.

Objectifs :

Acquérir les concepts de base relatifs à la qualité et aux systèmes de management de la qualité.

Description du programme :

A – Concepts de base de la qualité

La qualité par définition

Contrôle, assurance et management de la qualité

Terminologie liée à la qualité : conformité, non-conformité, qualité, non qualité, etc

L'historique en bref : les grandes dates

B – Les gourous et leurs courants

Philip Crosby

William Edwards Deming

Armand VallinFeigenbaum

Joseph Juran

Kaoru Ishikawa

Walter A. Shewhart

C – Les outils de la qualité

La méthode de résolution de problèmes

Topos sur les outils de base (Brainstorming, Pareto, Diagramme d'Ishikawa, etc,)

Topos sur les outils d'amélioration (Diagrammes des affinités relationnels, de décision, etc)

Topos des outils avancés (Six Sigma, Kaizen, MSP, etc.)

D – Normes qualité et référentiels d'excellence

Les familles des normes ISO 9000

Les prix qualité (EFQM, Prix DEMING, Prix national de la qualité, etc.)

Concevoir, élaborer et maîtriser la documentation qualité

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables qualité, toute personne chargée de la rédaction des documents qualité ou ayant en charge la gestion de la documentation dans son entreprise.

Objectifs :

Être capable de concevoir, élaborer et assurer la maîtrise de la documentation qualité, tout en intégrant les exigences de la norme ISO 9001 version 2015.

Description du programme :

A - Concepts généraux

Quelques définitions

Exigences de l'ISO 9001 :2015 en matière de documentation

B - Mise en place de l'organisation pour la rédaction du système documentaire

Enjeux de la formalisation

Structures documentaires

Procédures obligatoires

Groupes de travail

C - Conception et élaboration des documents qualité

Création

Méthode de préparation

Pertinence de la documentation

Documentation conviviale

Identification

Présentation

Manuel qualité

Procédures

Processus

Instructions, spécifications

Formulaires

D - Gestion documentaire

Diffusion et mise en application des documents

Validation, vérification et approbation des documents

Diffusion et mise en application de la documentation

Modification des documents

Indication des modifications

Nature des modifications

Techniques de classement

Gestion des documents techniques

Archivages

E - Procédure des procédures (Maîtrise des documents)

Maîtriser les exigences de la norme ISO 9001 version 2015

Durée : 3 jours

Profil des participants : Personne ayant à mettre en place ou à jouer un rôle dans une démarche qualité.

Objectifs :

- Comprendre l'utilité et l'importance de la mise en place d'une démarche qualité selon la norme ISO 9001 v 2015.
- Maîtriser les exigences de la norme ISO 9001 v 2008.
- Etre en mesure de concevoir, mettre en place et améliorer un système de management de la qualité conformément à la norme ISO 9001 v 2015.

Description du programme :

A - Evolution des concepts qualité

Quelques concepts relatifs à la qualité

Un peu d'histoire

De l'inspection unitaire au management de la qualité

L'assurance et le management de la qualité

B - Evolutions des normes de la série ISO 9000

Historique des révisions

Motivation de la révision

Évolution de la version 2015

Couple cohérent ISO 9001/ISO 9004

Compatibilité entre ISO 9001 et les autres systèmes normatifs (iso 14001,...)

C - Etude détaillée des exigences de la norme ISO 9001 version 2015

Introduction

Domaine d'application

Références normatives

Termes et définitions

Système de management de la qualité

Responsabilité de la direction

Management des ressources

Réalisation des produits

Mesures, analyse et amélioration

Audit interne selon la norme ISO 19011

Durée : 3 jours

Profil des participants : Toute personne amenée à réaliser ou à gérer des audits internes.

Objectifs :

Comprendre les mécanismes et les méthodes de réalisation d'un audit qualité interne, acquérir les comportements afin de réaliser des audits et être capable de gérer son programme d'audit qualité interne.

Description du programme :

A – Éléments de base de l'audit

- Introduction
- Différence entre l'audit et les activités de surveillance
- Les trois mots clefs de l'audit
- La norme ISO 19011 pour l'audit
- Définitions
- Types d'audit
- Audit de produit
- Audit de procédé
- Audit système
- Audits système
- Audit première partie ou audit interne
- Audit seconde partie ou audit fournisseur
- Audit tierce partie ou audit indépendant
- Objectifs des audits
- Objectifs des audits internes
- Avantages des audits internes
- Intervenants
- Demandeurs, équipe d'audit, audités

B – Processus d'audit

Phase 1 : Initialisation de l'audit

Déclenchement de l'audit
Clarification du champ d'audit
Composition de l'équipe d'audit
Revue de la documentation et corrections

Phase 2 : Préparation de l'audit

Préparation du plan d'audit
Préparation des documents de travail
Réunion préparatoire à l'audit
Avis d'audit

Phase 3 : Conduite de l'audit

Ordre du jour de la réunion d'ouverture
Audit terrain
Réunion de synthèse
Réunion de clôture

Phase 4 : L'après audit

Rapport d'audit
Suivi des actions correctives
Constitution et classement du dossier d'audit

C – Auditeur / Audité

- L'auditeur
- Qualifications requises
- Rôles de l'auditeur
- Quoi faire ? / Quoi ne pas faire ?
- L'audité
- Types de comportements rencontrés
- L'auditeur vis-à-vis de l'audit
- Faiblesses courantes en entrevue
- Considérations utiles en audit interne

Définir et déployer votre politique et vos objectives qualités

Durée : 1 jour

Profil des participants : Membre de la direction, responsables qualité.

Objectifs :

Comprendre les enjeux et les étapes de la mise en place de la politique et des objectifs qualités dans l'entreprise.

Définir, mettre en place et déployer la politique et les objectifs à tous les niveaux de l'entreprise.

Description du programme :

A – Généralités sur la politique et les objectives qualités

Définitions

La politique et les objectives qualités dans le cadre de l'ISO 9001 version 2015

La politique et les objectives qualités comme preuve de l'engagement de la direction

B – Les étapes de l'élaboration de la politique qualité

Grille des données nécessaires à la définition d'une politique qualité

Matrice d'analyse stratégique

Choix des axes stratégiques

Formulation et validation de la politique qualité

C – Les étapes d'élaboration des objectives qualités

Choix d'objectives globales qualités cohérentes avec la politique qualité

Règles de formulation des objectives qualités

Les bases de décision pour chiffrer les objectives qualités

D – Déployer la politique et les objectives qualités

Comment déployer les objectives qualités à travers les processus

Les indicateurs et les tableaux de bord qualité

Les moyens de communication sur la politique et les objectives qualités

E – La mise en œuvre et le suivi de la politique et des objectives qualités

Le suivi à travers les indicateurs et tableaux de bord qualité

La communication sur les résultats

La revue de la validité de la politique et des objectives qualités

Pratique de l'AMDEC

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables et agents techniques des services : études, qualité, fabrication et méthodes.

Objectifs :

- Faire de la prévention en identifiant tous les risques de défaillances, leurs causes et conséquences.
- Mettre en évidence les points critiques et définir les actions correctives adéquates à entreprendre.

Description du programme :

A – Introduction à l'AMDEC

Définitions

Objectifs de l'outil AMDEC

Différents types d'AMDEC

AMDEC Produit

AMDEC Processus

AMDEC Moyen de production

AMDEC Organisation

AMDEC Sécurité

B – Méthodologie AMDEC

Préparation de l'étude

Analyse fonctionnelle

Analyse de défaillance

Actions correctives

Suivi et contrôle

C – Préparation de l'étude AMDEC

Intervenants dans le cadre de l'AMDEC

Animateurs

Demandeurs

Décideurs

Champs et délai de l'étude

Gestion du groupe de travail

Préparation des supports de l'étude

D – Analyse fonctionnelle

Notions sur le système

Classification des fonctions

Méthodologie de l'analyse fonctionnelle

Découpage fonctionnel et organique

L'analyse fonctionnelle externe

L'analyse fonctionnelle interne

Tableau d'analyse fonctionnelle

E – Analyse de la défaillance

Détermination des critères qualitatifs

Les modes d'une défaillance

Les causes probables d'une défaillance

Les effets potentiels de la défaillance

Comment détecter une défaillance ?

Classification des critères

Mécanisme de défaillance

F – Évaluation de la défaillance

Chiffrage des risques de défaillance

Calcul de criticité

Indice de fréquence

Indice de gravité

Indice de non détection

Barème de cotation

Hierarchisation des défaillances

G – Actions correctives

Actions de prévention

Actions de réduction

Actions de détection

Suivi des actions

Sensibilisation au TQM

Durée : 2 jours

Profil des participants : Personnes souhaitant entreprendre ou développer une démarche Qualité Totale.

Objectifs :

Former les participants à une mise en place pratique et réussie de la Qualité Totale.

Description du programme :

A – Généralités sur la TQM

Les objectifs d'une démarche Qualité Totale

Le modèle Qualité Totale E.F.Q.M, Malcom Baldrige

Les clés et les composantes de la Qualité Totale

Le pilotage de la démarche Qualité Totale : 8 actions principales

B – La relation client/fournisseur dans le cadre de la TQM

La recherche des besoins de ses clients

L'analyse des activités dans la relation client/fournisseur

Les éléments de l'analyse des processus individuels

La mesure et les indicateurs qualité

Les coûts relatifs à la qualité : coûts de conformité et de non-conformité

C – Les méthodes utilisées en TQM

La recherche des causes d'anomalies, la prévention

Le management des processus transverses et globaux

Système de Management de la Qualité – Normes ISO 9000 Certification

La communication et le travail en groupe d'amélioration qualité

D – Le plan d'actions individuelles

Les personnes formées doivent améliorer au moins une activité personnelle pendant la formation et s'engagent à un P.A.C.T. (Plan d'Action A Court Terme) E.F.Q.M. (Fondation Européenne pour le Management par la Qualité)

Mesurer la satisfaction client

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables qualité, responsables marketing, cadres commerciaux.

Objectifs :

Comprendre les techniques utilisées dans la mesure de la satisfaction client.

S'approprier des outils permettant de répondre aux exigences de la norme ISO 9001 version 2015 sur le sujet.

Description du programme :

A – Généralités

Pourquoi mesurer la satisfaction client ?

Définition de la qualité perçue par le client

Liens entre la mesure de la satisfaction et la fidélisation des clients

Qu'est ce que la satisfaction client ?

Ecoute client et satisfaction client

Caractéristiques majeures de la satisfaction

L'écoute et la mesure de la satisfaction client dans les normes ISO 9001

Projet de mesure de la satisfaction client

B – Phase préparatoire : choix méthodologique

Définition des objectifs à atteindre

Mise en place de l'organisation

Traitement des informations existantes

Choix des options méthodologiques

Planification du projet

Maximisation du taux de retour

C – Phase Diagnostic : identification des critères de satisfaction

Objectifs du diagnostic

Choix de la procédure

Étude documentaire

Étude qualitative exploratoire auprès des clients

Étude qualitative exploratoire interne

Indicateurs de la satisfaction

D – Phase exploratoire : construction et administration du questionnaire

Objectifs de la phase

Élaboration de l'outil

Construction de l'outil

Test de l'outil

Enquête miroir

E – Exploitation des résultats

Traitement statistique des résultats

Passage des résultats aux actions opérationnelles

Communication autour de projets

Gérer les coûts qualité dans votre entreprise

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables qualité, cadres et responsables amenés à mettre en place une étude de gestion des coûts qualité.

Objectifs :

Comprendre les enjeux des programmes de réduction des coûts qualité.

Être capable de mettre en place les méthodes et outils nécessaires à la gestion financière de la qualité.

Description du programme :

A - Enjeux et finalités des programmes de réduction des coûts qualité

Concepts relatifs à la qualité

Périmètre de la qualité

Enjeux d'un programme de réduction des coûts

Finalités de la mesure des coûts

Les coûts qualité et les normes ISO 9000

ISO 9001 et l'efficacité

ISO 9004 et l'efficacité

B - Classification et chiffrage des coûts qualité

Classification des coûts qualité (NF X 50-126)

Coûts des anomalies internes

Coûts des anomalies externes

Coûts de détection

Coûts de prévention

Autres types de classification

Grille de l'AFCIQ

Grille de JURAN

Grille de IMQ

Principes d'évaluation des coûts qualité

L'estimation des coûts

La référence : Niveau de perfection Zéro

La définition d'un glossaire

Les controverses

Les controverses sur la classification

Les controverses sur l'évaluation

C - Étapes d'un programme de réduction des coûts qualité

Sources d'informations

Étapes d'un programme de réduction des coûts qualité

Préparation : Étude initiale

Réunion de présentation à la direction

Projet pilote : Étude détaillée

Extension du programme

Recherche de l'optimum

Le rôle des différents acteurs

D - Tableaux de bord des coûts qualité

Définition des coûts qualité

Collecte des données

Reporting des résultats

E - Causes d'échec des programmes de réduction des coûts qualité

Appliquer la démarche des 5S

Durée : 2 jours

Profil des participants : Toute personne amenée à mettre en œuvre un projet 5S.

Objectifs :

- Acquérir les connaissances nécessaires à la pratique efficace de la méthode 5S.
- Préparer la mise en place d'actions "quotidiennes" d'amélioration continue afin d'obtenir des résultats tangibles et visibles sur la zone de travail

Description du programme :

A – Généralités

Les 5S : un levier d'amélioration
Inconvénients du désordre et de la saleté
5S et l'image de marque de l'entreprise
5S et l'amélioration

Les 5S et la TPM
Logique d'amélioration TPM
5S et le zéro panne

B – Principe des 5S dans les ateliers

Seiri : Débarras
Signification et objectifs de l'étape
Activités typiques de l'étape
Diagnostic 5 S et plan d'actions
Procédure « Débarras »
Seiton : Rangement
Signification et objectifs de l'étape
Activités typiques de l'étape
Les critères de rangement
Procédure « rangement »
Seiso : Nettoyage

Signification et objectifs de l'étape
Activités typiques de l'étape
Procédure « nettoyage de l'unité de travail et des équipements »
Seiketsu : Ordre
Signification et objectifs de l'étape
Activités typiques de l'étape
Outils et méthode de management visuel
Shitsuke : Rigueur
Comment acquérir les bonnes habitudes ?
Surveillance de l'application des 5S

C – Les 5S au bureau

Les axes principaux des 5S au bureau
Les campagnes « tout en un »
Le classement

D – Démarche de mise en œuvre d'un projet 5S

Constituer le comité d'animation 5S
Définir la politique 5S
Définir un plan d'actions sur une unité pilote
Mettre en œuvre le plan d'actions sur l'unité pilote
Suivre : les patrouilles 5S
Déployer le projet et pérenniser

Méthode d'analyse de la valeur

Durée : 2 jours

Profil des participants : Toute personne participant à la conception et/ou au développement de nouveaux produits ou services dans l'esprit du « juste besoin ».

Objectifs :

Appréhender l'analyse de la valeur et acquérir les outils les plus couramment utilisés ; être capable de participer efficacement à une étude ; Analyse de la valeur pour passer "des attentes clients" à la "juste réponse".

Description du programme :

A – Généralités sur l'analyse de la valeur (AV)

Origines

Définitions

Enjeux

B – Champs d'application

A quel produit appliquer l'AV ?

Quand appliquer l'AV ?

C – Le déroulement d'une action AV – Une démarche en 7 étapes

Orientation de l'action

Recherche d'informations

Analyse des fonctions et des coûts avec validation

Recherche d'idées et voies de solutions

Etude et évaluation des solutions

Bilan prévisionnel, solutions retenues, décisions

Réalisation, suivi, bilan

D – Les outils à appliquer à chaque étape de l'action AV

Outils d'analyse et de comparaison des coûts : La conception pour un coût objectif (CCO) et le coût global (CG)

Brainstorming et méthodes de résolutions de problèmes

Les outils de l'analyse fonctionnelle : Cahier Des Charges Fonctionnel, FAST, etc.

Planning de réalisation, fiches de suivi, fiches de bilan ainsi que d'autres outils

E – Applications

Méthode d'analyse fonctionnelle

Durée : 3 jours

Profil des participants : Responsables qualité, cadres et responsables amenés à mettre en place un processus de réalisation du produit.

Objectifs :

Appréhender l'analyse fonctionnelle et acquérir des méthodes pratiques permettant d'analyser le besoin à satisfaire en le séparant des diverses solutions susceptibles d'y répondre et ainsi tendre vers l'optimisation du couple besoin-solution (processus de réalisation du produit).

Description du programme :

A - Généralités sur l'analyse fonctionnelle

Origines

Définition

Produit

Contrainte

Finalité de l'analyse fonctionnelle et domaine d'application

Domaines de contribution : Marketing, qualité, sûreté de fonctionnement, conception, analyse de la valeur, etc

B - Principes fondamentaux de l'analyse fonctionnelle

Besoin

Fonction

Vie du produit

Points de vues externe et interne

Structures fonctionnelles et affectations des fonctions aux éléments

Caractéristiques de l'analyse fonctionnelle

C - Démarche de l'analyse fonctionnelle

Logique de l'enchaînement de la démarche

Analyse fonctionnelle "interne"

Analyse fonctionnelle "externe"

Dynamique de la démarche

D - Méthodes de l'analyse fonctionnelle

Méthode des interactions

Diagramme FAST

Méthode SADT

Cahier des charges fonctionnel

Autres méthodes

E - Applications

A un produit

A un processus

A un système

Mettre en place une démarche 6 sigma

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables et directeurs qualité ou toute personne amenée à mettre en place un projet 6 sigma.

Objectifs :

Connaître les principes de la méthode 6 sigma et les mettre en œuvre comme continuité d'un système certifié ISO 9001 version 2015.

Description du programme :

A - Rappel sur la norme ISO 9001 version 2015

Généralités sur la qualité

Les chapitres de la norme ISO 9001 version 2015.

Le principe de management par approche système et d'amélioration continue

B - D'une organisation basée sur l'approche processus à l'amélioration basée sur le SIX SIGMA

- La mesure du sigma
- Pourquoi mesurer ?
- Que mesurer ?
- Planifier la collecte des données
- Se référencer au 6 Sigma
- L'analyse des données d'un processus
- L'identification des améliorations réduisant le sigma

C - La mise en place d'une démarche 6 sigma

Cas des critères mesurables

Cas des critères non mesurables

6 SIGMA : une méthode de maîtrise de la variabilité

Etape 1 : Définition

But de l'étape

Les actions principales à réaliser

Les outils utilisés

Exemple d'application

Etape 2 : Mesurer

But de l'étape

Les actions principales à réaliser

Les outils utilisés

Exemple d'application

Etape 3 : Analyser

But de l'étape

Les actions principales à réaliser

Les outils utilisés

Exemple d'application

Etape 4 : Améliorer

But de l'étape

Les outils utilisés

Exemple d'application

Etape 5 : Contrôler

But de l'étape

Les actions à réaliser

les outils utilisés

D - SIX SIGMA : une organisation des compétences

Les différents rôles

La formation des intervenants

E - SIX SIGMA : un management par projet

Maîtrise Statistique des Procédés –MSP

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables et agents techniques des services : études, qualité, fabrication et méthodes.

Objectifs :

- Diminuer les dérivés et stabiliser la production par la mise en place des outils de la MSP.
- Mettre en place dans son entreprise des cartes de contrôle de processus.

Description du programme :

A - Généralités sur la MSP

- Définitions
- Objectifs et bénéfices de la MSP
- Conditions de réussite
- Variations du procédé
- Démarche de mise en œuvre de la MSP
- Limitations de la MSP

B - Collecte des données

- L'importance des données
- Types de données
- Conditions sur les données et la collecte
- Fluctuation - distribution
- Exploitation des données
- Fluctuation
- Distribution
- Types de feuilles de relevés
- Analyse et vérification de la distribution dans un processus
- Vérification des pièces défectueuses
- Localisation des défauts
- Recherche des causes des défauts
- Démarche de mise en œuvre d'un histogramme
- Définition de quelques termes statistiques
- Étapes de construction d'un histogramme
- Analyse d'un histogramme (Loi Normale)

C - Etude de capabilité

- Définition de la capabilité
- Démarche de l'étude
- Types de capabilité
- Test de normalité
- Capabilité des mesures
- Capabilité du procédé
- Capabilité des machines
- Interprétations, résultats et décisions

D - Surveillance par cartes de contrôle

- Objectifs
- Choix de type de carte
- Cartes de contrôle par mesures
- Cartes de contrôle par attributs
- Cartes de contrôle spéciales
- Journal de bord

E - Recherche des causes de variation

Notion sur 6M du procédé

Stratification

Démarche de résolution du problème

Maîtriser les exigences de la norme ISO 14001/2018

Durée : 3 jours

Profil des participants : Toute personne ayant à mettre en œuvre, développer et entretenir un système environnemental 14000.

Objectifs :

Maîtriser les exigences de la norme ISO 14001, et la démarche de mise en place d'un système de management environnemental conforme à la norme ISO 14001 version 2018.

Description du programme :

A – Qualité et environnement

- La démarche qualité : enjeux et limites
- Les atouts d'une démarche de certification environnementale
- Respect de la réglementation
- Motivation du personnel
- Avantage commercial
- Impact sur les comptes
- Relation avec les associations de protection de la nature

B – Présentation des normes de la série ISO 14 000 et du règlement éco-audit

- Normes orientées sur l'organisation
- Mise en place d'une politique environnementale
- Analyse de la norme ISO 14 001 :
- Étude comparative avec la norme ISO 9001
- Étude comparative avec le Règlement éco-audit
- Planification
- Exigences légales
- Structure et responsabilité
- Mise en œuvre et fonctionnement
- Formation, communication, documentation
- Prévention des situations d'urgence et capacité à réagir
- Contrôle et actions correctives

C – Outils d'évaluation

- Audit environnemental
- Évaluation des performances environnementales
- Procédures applicables de la certification des sites industriels
- Les organismes certificateurs
- Les auditeurs
- Critères
- Compétences
- Les vérificateurs environnementaux
- Le point sur les relations entre tous ces organismes et ces procédures

Comprendre la norme HACCP

Durée : 2 jours

Profil des participants : Toute personne amenée à mettre en place un système qualité dans une société agroalimentaire.

Objectifs :

Définir les principes essentiels d'hygiène alimentaire applicables d'un bout à l'autre de la chaîne alimentaire pour assurer que les aliments soient sûrs et propres à la consommation, l'objectif étant de garantir des aliments sains et propres à la consommation humaine.

Connaître les notions de base en biologie et microbiologie.

Comprendre les origines des contaminations et les conséquences.

Acquérir les réflexes d'hygiène et de sécurité.

Description du programme :

A – Quels sont les principes généraux d'hygiène alimentaire ?

B – L'hygiène dans la production primaire

Hygiène de l'environnement

Hygiène des zones de production alimentaire

Manutention, entreposage et transport

Opération de nettoyage et d'entretien et hygiène corporelle

C – Etablissement : conception et installations

D – Contrôle des opérations

E – Etablissement : entretien et assainissement

F – Etablissement : hygiène corporelle

G – Transport

H – Information sur les produits et vigilance des consommateurs

I – Les plans de nettoyage et de désinfection

Le programme préalable à la mise en place de l'HACCP

Durée : 2 jours

Profil des participants : Toute personne amenée à mettre en place ou à participer dans la mise en place des programmes préalables à la démarche HACCP.

Objectifs :

Maîtriser les exigences relatives aux programmes préalables à la mise en place des démarches HACCP.

Description du programme :

A - Locaux

Extérieur

Bâtiments

Installations sanitaires

Programme de qualité de l'eau, de la vapeur et de la glace

B - Transport et entreposage

Véhicules de transport

Contrôle de la température

Entreposage des matériaux reçus, des produits chimiques non alimentaires et des produits finis

C - Équipement

Conception générale de l'équipement

Installation de l'équipement

Entretien et étalonnage de l'équipement

D - Personnel

Formation

Exigences en matière d'hygiène et de santé

E - Assainissement et lutte contre la vermine

Programme d'assainissement

Programme de lutte contre la vermine

F - Retraits

Programme de retraits

Relevés de distribution

Mettre en place une démarche HACCP

Durée : 3 jours

Profil des participants : Responsables de services et encadrements des industries agro-alimentaires, responsables qualité dans ce secteur d'activité.

Objectifs :

- Comprendre les concepts et les principes de l'HACCP.
- Acquérir les différents éléments méthodologiques relatifs à la mise en place, le suivi et l'évaluation d'un système HACCP.
- Identifier son rôle en tant que membre de l'équipe HACCP.

Description du programme :

A – Enjeux de la mise en place d'une démarche HACCP

L'HACCP dans le contexte marocain

L'HACCP et la normalisation

L'HACCP et la réglementation

B – Généralité sur l'HACCP et l'Hygiène alimentaire

Historique

Concepts et terminologies

Les 7 principes de l'HACCP

C – Les programmes préalables à la mise en place de l'HACCP

Les locaux

La réception et l'entreposage

Les équipements

La formation du personnel

L'assainissement

Un plan de retrait des produits

D – Les étapes de mise en place du système HACCP

Constitution de l'équipe HACCP

Détermination de la politique et des objectifs HACCP

Description du produit et identification de son utilisation

E – Gestion du système HACCP en harmonie avec un système de management de la qualité

Audit HACCP et Hygiène

Durée : 3 jours

Profil des participants : Responsable qualité et / ou hygiène, cadres, techniciens des industries agroalimentaires, de la restauration collective, des biotechnologies, des cosmétiques ou toutes personnes désignée auditeurs HACCP et Hygiène.

Objectifs :

Être en mesure de mener un Audit HACCP et Hygiène.

Description du programme :

A – Rappel sur la méthode audit qualité interne d'un système d'hygiène et de sécurité alimentaire

Les principes et objectifs de la méthode audit qualité interne orienté hygiène et sécurité alimentaire

Les étapes de l'audit qualité interne d'un système d'hygiène et de sécurité alimentaire

B – Le rôle de l'audit dans le système hygiène et sécurité alimentaire

Objectifs de l'audit

C – Les principes de l'audit

Constats, indépendance

D – Le déroulement d'un audit d'un système d'hygiène et de sécurité alimentaire

Définition des objectifs, définition du référentiel

Préparation de l'audit : 1^{ère} revue des documents

Réalisation de l'audit : réunion d'ouverture, vérification du diagramme de fabrication

Entretiens d'audits et recueil des preuves, réunion de clôture

Le rapport d'audit : contenu, rédaction des constats

Le suivi de l'audit

E – Les techniques d'audit

Le questionnement

L'écoute

Le comportement de l'auditeur

La norme ISO 22000 version 2018

Durée : 3 jours

Profil des participants : Responsables qualité, techniciens, cadres des industries agroalimentaires, de la restauration collective, de la distribution de produits alimentaires chargés de mettre en œuvre une démarche de certification ISO 22000.

Objectifs :

Présenter la norme ISO 22000 et expliquer les exigences.

Être capable de mettre en place un système de management de la sécurité alimentaire

Description du programme :

A – Présentation de la norme ISO 22000

Objectifs

Structure

Les documents de référence : codex Alimentarius

Les 7 principes de l'HACCP et leur positionnement dans la norme ISO 22000

B – Étude détaillée des exigences de la norme ISO 22000

Examen des exigences supplémentaires par rapport à l'ISO 9001 : 2018

Explication de ces exigences ; interprétation des exigences dans le contexte des activités des participants

Les 12 étapes de la mise en place d'un système de sécurité alimentaire

C – Intégration d'un système de sécurité alimentaire dans un système de management de la qualité

Les exigences communes ou supplémentaires

Les documents à créer ou à adapter

Les erreurs à éviter : les systèmes en parallèle,...

D – La certification ISO 22000

Déroulement des audits

Organismes certificateurs

Assurance qualité dans les laboratoires

Durée : 3 jours

Profil des participants : Cadres et techniciens de laboratoire amenés à mettre en place une démarche d'assurance qualité dans les laboratoires.

Objectifs :

Maîtriser les systèmes d'assurance qualité dans les laboratoires.

Description du programme :

A – Management de la qualité

Maîtrise de la qualité

Assurance qualité

Manuel management de la qualité

Manuel d'assurance qualité

La maîtrise des exigences référentiels normatifs, dans les laboratoires

La mise en place des outils qualité efficaces dans les laboratoires

B – Les référentiels d'assurance de la qualité dans les laboratoires

Les bonnes pratiques de laboratoires GBEA (Guide de Bonne Exécution des Analyses)

Présentation de la norme ISO 17025

Base de la démarche d'accréditation

Documentation afférente à l'assurance qualité dans les laboratoires

Manuels

Procédures

Instructions

Enregistrements

Management de laboratoire : techniques humains et économiques

Structure et organisation des laboratoires

Sécurité au travail

Durée : 3 jours

Profil des participants : Chargés de sécurité, encadrement.

Objectifs :

Apporter une connaissance pratique des moyens à mettre en œuvre afin de rendre son système de prévention efficace.

Description du programme :

A - Comment intégrer la sécurité dans toutes les phases de l'activité ?

La sécurité, avant, pendant et après les travaux

Les méthodes d'analyse, d'animation et d'évaluation des résultats

B - L'analyse des risques

Détermination pendant la phase de conception ou de préparation du travail de l'ensemble des risques à prendre en compte

Mise en place des moyens de prévention adaptés

C - Les réunions sécurité

Méthode de communication montante et descendante

Gestion et planification des réunions, thèmes, participants, suivi d'action

D - Les visites sécurité

Intérêt des visites de sécurité

Méthodologie et réalisation d'une visite sécurité : personnes concernées, participants, exploitation des écarts observés

E - L'analyse d'accident

Définition de l'accident de travail

Présentation de la méthode de l'arbre des faits, recherche des origines de l'accident

Développement chronologique des événements et mise en place d'actions

Mesures de prévention à définir suite à l'accident de travail

Formation des Responsables Qualité

Durée : 10 jours

Profil des participants : Responsables et cadres du service qualité, Pilotes des processus.

Objectifs :

- Maîtriser l'ensemble des méthodes, outils et techniques relatifs au management de la qualité.
- Acquérir la méthodologie d'une démarche d'implantation d'un système qualité ISO 9001 version 2015.
- Acquérir les outils pour faire vivre un système qualité

Description du programme :

Module 1 - Sensibilisation à la qualité

Généralités sur la qualité

Démarche d'implantation d'un Système de Management de la Qualité " SMQ "

Notre contribution dans la démarche

Présentation sommaire de la norme ISO 9001 : 2015

Module 2 - Exigences de la norme ISO 9001 version 2015

Huit principes du management de la qualité

Évolution des normes de la série ISO 9000

Étude détaillée des exigences de la norme ISO 9001

Module 3 - Démarche d'implantation d'un système de management de la Qualité selon l'ISO 9001 version 2015

Principes d'un SMQ selon la norme ISO 9000

Démarche de mise en œuvre d'un SMQ selon l'ISO 9000

Actions à mener à chaque étape de la démarche

Module 4 - Approche processus : identification, cartographie, analyse et amélioration des processus

L'approche processus dans l'amélioration de la qualité

Généralités sur les processus

Identification et description des macros processus et processus

Analyse, amélioration, validation et mise en œuvre des macros processus de réalisation

Analyse, amélioration, validation et mise en œuvre

des macro processus de management, RH et communication- Maîtrise des macro processus : indicateurs et tableaux de bord d'efficacité

Module 5 - Conception, élaboration et maîtrise de la documentation du système de management de la qualité

Concepts généraux

Mise en place de l'organisation pour la rédaction du système documentaire

Conception et élaboration des documents qualité

Gestion documentaire

Module 6 - Audit qualité interne

Types d'audit

Objectifs des audits

Intervenants dans le cadre d'un audit

Processus d'audit

Phase 1 : Initialisation de l'audit

Phase 2 : Préparation de l'audit

Phase 3 : Conduite de l'audit

Phase 4 : L'après audit

Auditeur / Audité

L'auditeur : Qualifications requises, Rôles, Quoi faire ? Quoi ne pas faire ?

L'audité : Types de comportements rencontrés

L'auditeur vis-à-vis de l'audit

Faiblesses courantes en entrevue

Considérations utiles en audit interne

Découvrez les enjeux et les exigences de la norme ISO 50001

Durée : 2 jours

Objectifs :

Identification des exigences de la norme ISO 50001

Points à risques de la démarche ISO 50001

Découvrir les exigences de la norme,

Comprendre les points clé de la mise en place d'un système

Mise en activité

Des exercices ludiques pour vous aider dans la planification de la mise en œuvre de la norme ISO 50001

Maîtriser les principes de la norme ISO 50001

Le principe d'amélioration continue PDCA

Décrypter chaque exigence pas à pas

Etablissement du recueil des exigences

Identification des documents imposés par la norme ISO 50001

Identifier les points critiques de la norme ISO 50001

- Revue énergétique et consommation énergétique de référence
- Indicateurs de performance énergétique
- Objectifs, cibles et plan d'actions
- Conception des installations
- Achats de services énergétiques, produits et équipements consommateurs d'énergie

Mettre en place le système de management de l'énergie selon la norme ISO 50001

Durée : 3 jours

Profil des participants : Vous êtes chargé(e) d'améliorer l'efficacité de la fourniture d'énergie, Vous êtes responsable des contrats de fourniture d'énergie, Responsables Environnement, > Responsables Développement Durable, Responsables Services généraux, Managers et experts en énergie.

Objectifs :

Piloter une gestion durable de l'énergie.

Identifier les axes d'amélioration et de réduction des coûts.

Acquérir des outils pour mettre en place un système de management de l'énergie

Engager une démarche d'optimisation des consommations énergétiques.

Description du programme :

Contexte réglementaire, actualité

Les énergies : quelles utilisations pour quels coûts

Lien avec les certificats d'économies d'énergie

Découverte de l'ISO 50001

Les exigences de l'ISO 50001

Les points clés de la norme

Ses particularités

Initier, planifier un Système de Management de l'Energie ISO 50001

Les outils de l'analyse énergétique des bâtiments, installations et équipements

La revue énergétique : quels sont les secteurs d'usage énergétique significatifs

Identification des IPÉ : Indicateurs de performance énergétique

La mise en place d'un plan d'actions

Le suivi des indicateurs de performances énergétiques

Mettre en œuvre un Système de Management de l'Energie

Implication, sensibilisation des acteurs

Maîtrise des opérations et des activités associées à des usages énergétiques significatifs

Conception des installations, des équipements

Achats d'énergie et de services énergétiques

Présentation d'exemples de réalisation d'économies

Surveillance et mesure

Suivi des IPÉ, des usages énergétiques significatifs

Plan de mesure d'énergie

Atteinte des objectifs fixés

Audit système de management de l'énergie

Mise en conformité

Revue de management

Les données d'entrée.

MAINTENANCE, PRODUCTION ET LOGISTIQUE

La gestion de la production : principes et techniques

Durée : 3 jours

Profil des participants : Responsables et Directeurs de production.

Objectifs :

- Maîtriser les méthodes et les outils de gestion de production.
- Construire et exploiter les données et résultats pour la prise de décision.

Description du programme :

A – Les principes fondamentaux de la gestion de la production

Les différentes organisations et les typologies de production

B – Processus d'ordonnement- planification des travaux

Analyse des travaux

Affectation des ressources

Planification des ressources

Méthode PERT et diagramme GANTT

C – Le lancement des travaux

Le lancement des travaux

Le contrôle et le suivi

La relance des travaux

D – Les outils de pilotage et de contrôle de flux

Management des ressources de production (MRP) : plan industriel et commercial, le programme directeur de production, calcul des charges globales, calcul des besoins, contrôle d'exécution, etc.

La méthode KANBAN

Gestion des contraintes

La gestion globale MRP 2

Les principes et techniques du Juste-à-Temps (JIT)

Ordonnancement, planification et lancement de production

Durée : 2 jours

Profil des participants : Toute personne ayant une fonction relative à la gestion de production, agissant sur les flux et les activités de planification de la production.

Objectifs :

Participer au choix, à la définition et à l'amélioration continue des méthodes de planification, d'ordonnancement, de lancement et d'utilisation des moyens de production.

Description du programme :

A- Les principes fondamentaux de la gestion de production

Les différentes démarches de gestion de production

Déterminer la gestion de production réellement utilisée dans son entreprise

Maîtriser et distinguer les notions de planification, d'ordonnancement et de lancement

Délais clients et modèle d'ordonnancement adapté

B - Le planning "centre de pilotage" de la gestion de production

Les informations indispensables à la planification

Le planning centre d'analyse, de tri et de formalisation de l'information de production

La transformation et la valeur ajoutée à l'information par le planning

Le planning, outil de décision et de pilotage

Le planning, plate-forme de la communication

C - De la planification à l'ordonnancement et au lancement

Usage de la méthode PERT

Usage de l'outil GANTT

Les éléments clefs de l'ordonnancement

Vérifier les disponibilités des approvisionnements

Equilibrer les charges en fonction des capacités de production

Apporter les modifications dues aux contraintes

Utiliser des techniques d'appel par l'aval

D - Le planning pour réajuster constamment la gestion de production

Repérer et anticiper les dérives de planification

Analyser les dérives et leurs causes

Réunions de suivi et d'avancement : retour des informations

Reprogrammer après consolidation

Capitaliser les acquis pour progresser

E - Des méthodes visuelles pour travailler plus rapidement le planning

Les apports de la GPAO et des différents systèmes d'information

L'utilisation des tableaux

Le juste-à-temps

Durée : 2 jours

Profil des participants : Cadres, responsables de production et ingénieurs.

Objectifs :

Maîtriser les facteurs de réussite du juste à temps.

Pratiquer la gestion en flux tendus à travers une simulation.

Description du programme :

A - Le contexte

- La recherche de la compétitivité
- La qualité totale
- L'entreprise et son environnement
- Rôle de la chaîne logistique
- Le service pour la compétitivité
- Les entreprises concernées
- Classification des systèmes de fabrication
- Fabrication de masse
- Fabrication à la commande et produits complexes

B - Le juste-à-temps

Le concept de base du juste-à-temps

Stratégie de la qualité totale et juste-à-temps

Données d'entrée

Gestion des capacités et relation client-fournisseur

C - Le juste-à-temps, pilote de la production

Définition du pilotage et de l'ordonnancement juste-à-temps

Les circuits administratifs et productifs dans le JAT

Le JAT et les fonctions de l'entreprise

MRP et JAT

D - La mise en place du juste-à-temps

Les facteurs de succès

Mise en oeuvre et approvisionnement en JAT

Le zéro stock

Exigences du JAT

E - Le Kanban, outil du JAT industriel

Définitions et règles du système Kanban

Différents types de Kanban

Kanban unique-double

Comparaison et choix des systèmes

F - Evolution du système

Tableau de bord de suivi des performances (stocks, prix de revient, productivité, service client...)

La tension des flux condition de l'efficacité

Evolution du système

Optimisation

Variations diverses

Lean management et lean manufacturing

Durée : 4 jours

Profil des participants : Dirigeants d'entreprises, directeurs et responsables production, directeurs d'usines.

Objectifs :

Maîtriser les concepts de Lean management et Lean manufacturing et être en mesure de mettre en place ces démarches.

Description du programme :

A. Le Lean mangement

Qu'est ce que le Lean management ?
Choix des axes d'amélioration
Outils du Lean management
Gestion du projet de mise en place de Lean management

B. Le Lean manufacturing

Qu'est-ce que le Lean manufacturing ?
Choix des axes d'amélioration
Outils du Lean manufacturing
Gestion du projet de mise en place de Lean manufacturing

La conception mécanique

Durée : 4 jours

Profil des participants : Techniciens et ingénieurs.

Objectifs :

Concevoir des systèmes mécaniques qui répondent d'une façon adéquate aux besoins industriels ; non seulement du point de vue fonctionnement, mais aussi selon une optique technologique mise au point

Description du programme :

A – Description et analyse fonctionnelle

Analyse fonctionnelle

Analyse fonctionnelle descendante

Cahier des charges fonctionnel

Schéma d'assemblage

Poulies et courroies

Liaisons cinématiques

B – Eléments de construction

Liaisons mécaniques

Liaison transmission de mouvement

Montage de roulements

Engrenages

Poulies et courroies

Liaisons cinématiques

C – Cotation

Exécution graphique de la cotation

Tolérances géométriques

Cotations fonctionnelles

Calculs des cotes fonctionnelles

Gestion de la maintenance : Outils et techniques

Durée : 3 jours

Profil des participants : Responsable et agents de maîtrise attachés à la fonction maintenance, les responsables opérationnels des autres services.

Objectifs :

Maîtriser les outils et techniques de gestion de la maintenance.

Améliorer l'organisation du service maintenance afin de répondre aux exigences de la qualité et de la productivité.

Optimiser les ressources humaines, matérielles et financières liées à la fonction maintenance.

Description du programme :

A – Généralités sur la fonction maintenance

Enjeux de la fonction maintenance

Mission et tâches du service maintenance

Interactions avec les autres fonctions de l'entreprise

B – Gestion du service maintenance

Gestion des Ressources Humaines liées à la fonction maintenance :

Gestion de la motivation par l'appréciation

Gestion des compétences par la formation

Gestion des stocks de pièces de rechange

Gestion de la sous-traitance de la maintenance

Réduction des coûts de la maintenance

Procédures et documents maintenance

C – Différentes politiques de maintenance

Maintenance corrective

Maintenance curative

Maintenance palliative

Maintenance préventive

Maintenance systématique

Maintenance conditionnelle

D – Stratégie de la maintenance

E – Evolution de l'organisation du service maintenance

Maintenance Assistée par Ordinateur (MAO)

Total Productive Maintenance (TPM)

Mise en place d'une GMAO (Gestion de la maintenance assistée par ordinateur)

Durée : 3 jours

Profil des participants : Responsable et agents de maîtrise attachés à la fonction maintenance, les responsables opérationnels des autres services.

Objectifs :

- Identifier les fonctionnalités d'un progiciel GMAO.
- Rédiger un cahier des charges GMAO.
- Réussir l'implantation d'une GMAO.

Description du programme :

A- La gestion de la maintenance

Définition et objectifs

La sûreté de fonctionnement

La notion de politique de maintenance

La gestion des interventions

B – La GMAO : définition et intérêt

La GMAO, c'est quoi ?

La GMAO, pourquoi ?

La GMAO, depuis quand ?

C – Choix d'un progiciel GMAO

Fonctionnalités d'une GMAO

Critères de choix d'une solution GMAO

Rédaction d'un cahier des charges

Exemple de cahier des charges

D – Déroulement d'un projet GMAO

Les six principes

Les acteurs concernés

Les étapes d'implantation

Les précautions à prendre

E – Evolutions et tendances actuelles

F – Présentation d'un exemple de progiciel

Mise en place de la TPM « Total Productive Maintenance »

Durée : 3 jours

Profil des participants : Responsable et agents de maîtrise attachés à la fonction maintenance, les responsables opérationnels des autres services.

Objectifs :

- Réussir la mise en place de la Maintenance Productive Totale.
- Améliorer le rendement des installations par la chasse aux six causes de pertes.
- Impliquer le personnel de la production dans la maintenance des installations.

Description du programme :

A – Introduction à la TPM

Définition de la TPM

Objectifs de la TPM

Historique de la TPM

La TPM en chiffre

TPM et TQM

B – Notion et programme d'amélioration du rendement des installations

Notion de défaillance chronique et de défaillance imprévue

Les six causes de pertes

Indices de rendement

Programme d'amélioration du rendement des installations

Application de l'auto-maintenance

C – Formations liées à l'application de la TPM

Compétences indispensables pour l'application de la TPM

Programme de formation du personnel de la maintenance

Programme de formation du personnel de la production

D – Evaluation des résultats de la TPM

But de l'évaluation

Tableau de bord

Check-list de l'examen sur site

E – L'implantation de la TPM

A propos d'une organisation adaptée à la TPM

L'environnement favorable à l'implantation de la TPM

Les étapes d'implantation de la TPM

Les techniques de maintenance préventive et curative

Durée : 3 jours

Profil des participants : Responsables et techniciens maintenance

Objectifs :

- Maîtrise de la maintenance préventive.
- Maîtrise de la maintenance curative.
- Les généralités de la maintenance préventive et curative.
- Les stratégies de la maintenance préventive et curative.

Description du programme :

A - Systèmes de gestion de la maintenance préventive et curative

B - Les différentes stratégies de diagnostic des pannes

C - Les méthodes et les outils de diagnostic des pannes

D - Complémentarité de la maintenance préventive et curative

E - Conditions nécessaires de la mise en place de la maintenance préventive

F - Mise en place de la maintenance curative

G - Graphe caractéristique de la maintenance curative

H - Les différentes formes de la maintenance préventive

Gestion des stocks de pièces de rechange

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables maintenance, personnes en charges de la gestion des stocks de pièces de rechange.

Objectifs :

Déterminer les pièces à stocker et les quantités à stocker en prenant en optimisant les coûts et en gérant les risques liés à la rupture

Description du programme :

A. Introduction

Typologie des pièces de rechange

Choix des pièces de rechange à stocker

Codification des pièces de rechange

B. Gestion et suivi des stocks de pièces de rechange

Détermination du niveau de consommation des pièces de rechange

Les différentes règles de réapprovisionnement

Gestion des entrées et sorties des pièces de rechange en stock

Gestion des inventaires

Valorisation des stocks

Automates programmables industriels

Durée : 2 jours

Profil des participants : Cadres, Responsables, techniciens et ingénieurs.

Objectifs :

- Les différents constituants d'un automatisme.
- Automatisme et cahier des charges.
- Connaître les fonctions logiques et les automates programmables.
- Savoir développer un GRAFCET niveau 1 et niveau 2.

Description du programme :

A- Structure générale d'un système automatisé et automate programmable

B – Principales catégories de systèmes automatisés

C – Sécurité pour l'utilisation d'un automate programmable

D – Élaborer un cahier des charges

E – Combinaison d'opérations logiques

F – Principaux éléments du GRAFCET

I – Techniques programmées et câblées

La régulation automatique

Durée : 2 jours

Profil des participants : Techniciens, ingénieurs et cadres

Objectifs :

- Maîtriser les principes et les techniques de la régulation.
- Savoir réguler des systèmes automatiques.
- Maîtriser le suivi de son système de régulation.
- Savoir-faire développer son système de régulation.

Description du programme :

A – Notions de base

B – Système automatique

C – Représentation d'un système automatique

D – Boucle de contrôle

E – Systèmes multi variables

F – Modélisation des systèmes physiques

G – Modèle mathématique d'un système

H- Systèmes linéaires

K- Représentation dans le domaine de la place

J – Fonction de transfert et schémas fonctionnels

K- Evaluation des performances des systèmes

La résistance des matériaux

Durée : 4 jours

Profil des participants : Ingénieurs et techniciens.

Objectifs :

Connaître les principes fondamentaux et lois de la mécanique des machines industrielles en termes de résistance des matériaux.

Description du programme :

A- La flexion mécanique des matériaux

Notions de forces, de torseurs et de poutre

Le moment fléchissant et les conditions de résistance

Les forces de cohésion

Les calculs mécaniques de résistance des matériaux à la flexion

B - La torsion mécanique des matériaux

Notions de forces, de torseurs et de poutre

Le moment torsion et les conditions de résistance

Les forces de cohésion

Les calculs mécaniques de résistance des matériaux à la torsion

C - La compression mécanique des matériaux

Notions de forces, de torseurs et de poutre

L'effort normal et les conditions de résistance

Les forces de cohésion

Les calculs mécaniques de résistance des matériaux à la compression

D - Le cisaillement mécanique des matériaux

Notions de forces, de torseurs et de poutre

L'effort tranchant et les conditions de résistance

Les forces de cohésion

Les calculs mécaniques de résistance des matériaux à la torsion

Maîtriser les méthodes de calcul de résistance des matériaux pour renforcer et consolider le savoir-faire des techniciens et ingénieurs en termes de choix et réalisation des systèmes mécaniques au point.

Les systèmes automatisés

Durée : 3 jours

Profil des participants : Ingénieurs et techniciens.

Objectifs :

Traiter les différentes descriptions de ces systèmes.

Orienter les ingénieurs et les techniciens vers les nouvelles technologies des automatismes industrielles ainsi que les principes de fonctionnement et les lois fondamentales afin de renforcer et consolider leur savoir-faire en termes de choix et réalisation des systèmes automatisés de la technologie fiable.

Description du programme :

A – Etude des systèmes automatisés

Du besoin au produit

Fonction globale d'un système automatisé

Modèles de représentation des fonctions

Modèles de représentation des structures

Modèles de représentation des tâches

B – Description de fonctionnement des systèmes automatisés

Modélisation d'une partie commande

Description selon un point de vue procédé

Description selon un point de vue partie opérative

Description selon un point de vue partie commande

Réalisation et choix de la technologie

C - Technologie industrielle

Bascule

Registre

Automates programmables industriels

Détecteurs industriels

D – Grafcet niveau 1 et niveau 2

Le modèle grafcet

Les règles d'évolution

Les structures de bases de grafcet

Ordres et actions, réceptivité et sensibilité

Réalisation d'un grafcet

Logique combinatoire et séquentielle

Durée : 3 jours

Profil des participants : Ingénieurs et techniciens.

Objectifs :

Connaître les principaux éléments de la logique combinatoire et séquentielle.

Maîtriser les principes de fonctionnement des méthodes et techniques pour renforcer et consolider le savoir-faire des techniciens et ingénieurs en termes de choix et réalisation des systèmes automatisés au point.

Description du programme :

A- La logique et son écriture

Les propositions logiques

Les enchaînements logiques

Les fonctions logiques

Le temps et les systèmes logiques

B - Logique combinatoire

Les opérateurs logiques

Propriétés des fonctions logiques

Amplifications des fonctions logiques

Méthode de Karnaugh

Commande d'un afficheur 7 segments

C - Logique séquentielle

La fonction mémoire

Etat d'un système séquentiel

Propriétés des bascules

La fonction retard temporisation

La fonction comptage

La fonction décomptage

Pneumatique et hydraulique

Durée : 4 jours

Profil des participants : Ingénieurs et techniciens.

Objectifs :

Orienter vers les principaux éléments de la pneumatique et l'hydraulique.

Connaître les méthodes et techniques pour renforcer et consolider le savoir-faire des techniciens et ingénieurs en termes de choix et réalisation des systèmes automatisés au point.

Description du programme :

A - Vérins, distributeurs et accessoires

Vérin simple effet et ses applications

Vérin double effet et ses applications

Détermination d'un vérin et montage

Régulation de la vitesse des vérins

Distributeur et accessoires

Schémas pneumatiques et hydrauliques

B - Théorèmes et principes fondamentaux

Fluide

Pression statique en un point

Equation fondamentale

Evaluation de la pression en hauteur d'un liquide

Théorèmes et loi de comportement

C - Cinématique des fluides

Description d'un écoulement

Viscosité cinématique

Viscosité dynamique

Equation de continuité

D - Dynamique des fluides (pompe et turbine)

Equation de Bernoulli

Calcul d'une pompe

Calcul d'une turbine

Pertes de charge

Supply Chain Management

Durée : 2 jours

Profil des participants : Directeurs des opérations.

Objectifs :

- Maîtriser le concept de supplychain.
- Acquérir les méthodes d'accélération des flux de produits et d'informations.
- Etablir un système de qualité au processus logistique.

Description du programme :

A – Logistique et supply chain

Définitions des logistiques

Le concept de supply chain

Techniques d'analyse des flux de produits

Les fonctions logistiques et de management de Supply Chain au sein des entreprises

Les flux matières et informations dans le pipe – line logistique

B – Logistique des biens matériels et des services

Evolution de la gestion logistique

Composantes de la gestion logistique

Composantes logistiques des coûts

Activités de la logistique des biens matériels et des services

Chaîne virtuelle parallèle et simultanée à la chaîne physique

C – Flux et stocks de production

Organisation générale de la production

Objectifs de la régulation des flux de production

Une approche déterministe de la régulation de la production : MRP2

Une approche par les stocks : le Kanban, Méthode OPT,

Gestion des Stocks

Mécanismes de régulation

Analyse d'un stock : la loi de Pareto et des stocks, la loi 20/80

Pilotage des Stocks : détermination des points de commande, modèle de Wilson

Minimisation des coûts

D – Performance de structures et des systèmes logistiques

Performance des structures

Performance des systèmes logistiques

La cartographie du processus logistique

Indicateurs et critères de qualité de la logistique

Audit Logistique

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables logistiques.

Objectifs :

- Analyser les points forts et les points faibles d'une situation à partir d'un audit.
- Utiliser les techniques et les outils opérationnels adaptés au contexte rencontré.
- Mettre en place des plans d'actions correctives.

Description du programme :

A – Introduction

B – Définitions et terminologies

L'audit ?

La fonction logistique et ses composantes

C – Typologie d'audit

L'audit interne et/ou externe

L'audit global

L'audit fonctionnel ou opérationnel

D – Définition du champ logistique à étudier

Les différentes composantes de la logistique

E – Conduite de l'audit

Compétences techniques logistiques

Compétences de communication

F – Réalisation de l'audit des composantes opérationnelles

Audit des coûts logistiques, des ressources humaines de la logistique

Audit des flux de matières, des circuits d'information, des équipements et des matériels logistiques

G – Réalisation de l'audit des composantes fonctionnelles

Analyse de la stratégie logistique, de l'architecture organisationnelle et des compétences humaines

H – Techniques d'analyse des résultats de l'audit

Comparaison au référentiel d'objectif de performance

Mise en place des actions correctives

Interfaçage audit/ tableau de bord

La Gestion de la distribution

Durée : 2 jours

Profil des participants : Ingénieurs et techniciens

Objectifs :

- Sensibiliser les participants au rôle et à l'importance de la distribution physique.
- Fournir aux participants les connaissances et les outils nécessaires à la gestion du service à la clientèle.
- Fournir aux participants les connaissances et les outils nécessaires à la gestion de la fonction transport.

Description du programme :

A- Rôle et nature de la distribution physique

B - Le service à la clientèle

C - Le transport et la distribution

D- Emballage et manutention des marchandises

E - Entrepôts et centres de distribution

F - La gestion des stocks

G - Processus de commande et systèmes d'information

H- La planification de la distribution

I - Le contrôle de la distribution

Gestion du magasin et des stocks

Durée : 2 jours

Profil des participants : Cadres, techniciens et magasiniers.

Objectifs :

Mettre en place une politique optimisée de gestion des stocks et des magasins.

Description du programme :

A - Approches de la gestion des stocks

- Qu'est-ce qu'un stock ?
- Le rôle des stocks dans l'entreprise
- Standardisation des matières et des pièces
- Avantages et inconvénients des stocks permanents

B - Notions des stocks

- Diverses catégories d'articles en stock
- Comptabilité des stocks
- Tenue de la comptabilité
- Stocks physiques
- Stocks comptables
- Types de stock MP. TEC. PF

C - Apport de l'ordinateur dans la gestion des stocks

- Rappel des fonctions de base de l'ordinateur
- Magasinage
- Exigence de l'ordinateur
- Nomenclature des matériels stockés
- Exactitude des informations
- Gestion des stocks et ordinateur
- Surveillance du niveau du stock
- Précision des informations
- Rapidité de la transmission de l'information

D - Les outils de gestion des stocks

- Stock moyen, courbe en dents de scie
- Stock de protection
- Le taux de rotation
- Le taux de couverture
- Stock minimum
- Stock de sécurité
- Stock d'alerte
- Méthode de la classification ABC

E - Méthodes et démarches de gestion des stocks

- Valorisations au prix ou/et coût unitaire moyen pondéré
- Méthode FIFO (* First In, First Out*)
- Méthode LIFO (* Last In, First Out *)
- Méthode de réapprovisionnement

F - Les différents types d'inventaires

- Inventaire permanent
- Inventaire tournant
- Inventaire de fin d'année

G - Le plan d'approvisionnement

Les nouvelles méthodes de prévision

Gestion des produits en stocks : modes de codification et de classement, assainissement périodique, effort de réduction des stocks

ACHATS ET APPROVISIONNEMENTS

La Gestion des achats

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables achats.

Objectifs :

- Acquérir les outils et les méthodes permettant d'optimiser sa façon d'acheter et de rendre plus performant un service Achats.
- Présenter aux participants la méthodologie de réalisation d'un cahier des charges fonctionnel.
- Acquérir une méthodologie permettant de mener l'audit de ses achats et de mettre en place une politique d'optimisation de leur gestion.

Description du programme :

A- Les éléments de base de l'acte Achats

La fonction Achat dans l'Entreprise

La préparation de l'acte d'achat (Cahier des charges)

La Maîtrise de calcul des prix aux Achats

B – Comment améliorer la Performance de ses Achats

Savoir sélectionner et évaluer ses fournisseurs

Etablir un diagnostic d'achats

Mettre en œuvre une démarche d'amélioration et un plan de progrès

C - L'aspect stratégique du marketing achats

Classification des achats et analyse des besoins

Analyse du marché et recueil de l'information

Visualisation du portefeuille des achats

Analyse des risques – diagnostic

D – L'aspect opérationnel du marketing achats

Elaboration du plan d'action et choix des actions (mix achats)

Les techniques d'achats

Plan de communication (interne et externe)

Tableaux de bord de la fonction Achat

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsable achat.

Objectifs :

Mettre en place des indicateurs de performance du service achat afin de pouvoir les analyser et les améliorer.

Description du programme :

A- La fonction achat dans l'entreprise

Place des achats dans le chiffre d'affaires

Importance et rôle des achats dans l'entreprise

B – La définition des indicateurs de performance judicieux

Analyser les besoins internes et externes

Déterminer les cibles, les secteurs et les objectifs du tableau de bord

Satisfaire les attentes des clients internes

Mesurer la qualité des prestations extérieures des fournisseurs

Décliner les ratios pertinents au niveau économique, technique, en termes de processus et de résultats

C – La démarche de mise en place du tableau de bord

Collecte de données

Détermination des niveaux de responsabilité

Mise en œuvre, analyse, et amélioration du tableau de bord

D – L'amélioration de la fonction achat

Décider des axes d'amélioration par rapport à la politique Achats et aux stratégies définies

Communiquer sur les résultats du service Achats

Techniques de négociation et de communication d'achats

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsable et membres des services achats ou toute personne amenée à négocier dans le cadre des achats.

Objectifs :

- Confirmer sa capacité à mener à bien une négociation d'achats.
- Optimiser la communication interpersonnelle par une meilleure transmission du message.

Description du programme :

A- La négociation des Achats

Le contexte de la négociation

Entraînement à la négociation

Entraînement des participants à un choix de situations de négociation classiques et découpage d'une situation de négociation

B - Techniques et outils d'optimisation du téléphone

Préparation de l'appel

Adaptation aux différents interlocuteurs

Ecoute active et reformulation

C - La communication efficace et sa démarche

Prendre conscience des aptitudes se rapportant aux habiletés de communication

Réfléchir à sa manière de s'exprimer, à ses ressources

Se mobiliser pour améliorer son potentiel, ses facultés d'écoute, de contrôle, d'expression afin d'être efficace et constructif

D - Le dysfonctionnement de la communication ou les conflits interpersonnels

Gérer les conflits

Les contaminations (les préjugés, les illusions et leurs traitements)

Les signes de reconnaissance ou STROKE

E - Etablissement d'un contrat d'achat

Evaluation et sélection des fournisseurs

Durée : 2 jours

Profil des participants : Toute personne chargée de l'évaluation de la sélection des fournisseurs.

Objectifs :

Apprendre les techniques d'évaluation et de sélection des fournisseurs.

Description du programme :

A- Le prix dans l'achat

Prix et différents types de coûts

Prix et marché

Prix et coût d'achat et formule de révision

B - La consultation et le dépouillement des offres

L'appel d'offres, le dépouillement des offres

Etablir un cahier des charges et un appel d'offres

Le cahier des charges fonctionnel et technique

La négociation des termes de l'accord

C - Les techniques de visite chez le fournisseur

Préparation de sa visite

Questionnaire de visite

Guide d'entretien

Visite et démarche qualité

Savoir tirer parti de ses visites chez le fournisseur

D - Evaluation et sélection des fournisseurs

Critères d'évaluation d'un fournisseur

Présélectionner ses fournisseurs

Méthode d'évaluation et de sélection

Comparaison des offres par la méthode de pondération et d'analyse multicritère

Méthode graphique d'analyse des performances d'un fournisseur

La rédaction des cahiers des charges des achats

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsables achat, agents achat, personnes au sein du service achat ayant à rédiger des cahiers des charges.

Objectifs :

Acquérir les outils et méthodes pour rédiger un cahier des charges décrivant " fidèlement " les besoins des demandeurs.

Description du programme :

A. Cerner les besoins des demandeurs

Comprendre le besoin : cerner la finalité du produit/services

Utiliser l'analyse fonctionnelle dans le cadre de l'analyse des fonctions du produit / services

Identifier les critères de contrôle de conformité des produits/services

Faire une synthèse des différents éléments recueillis

B- Rédiger les cahiers des charges

Préparer un draft du cahier de charges ou d'un appel d'offre

Présenter le cahier des charges ou l'appel d'offre aux personnes concernées

Valider le cahier des charges ou l'appel d'offre

Transmettre et commenter le cahier des charges aux différents fournisseurs

Les stocks et approvisionnements

Durée : 3 jours

Profil des participants : Responsables et personnels des services Approvisionnement et stocks.

Objectifs :

Mettre en place un système d'approvisionnement efficace répondant au double souci de satisfaction des besoins et de réduction des stocks ; définir ses propres méthodes de gestion.

Description du programme :

A. Introduction

Sensibiliser l'approvisionneur à sa mission orientée vers le client

B. Analyse préalable des consommations et des stocks

Repérage des articles importants par analyse de Pareto et ABC

Méthode d'analyse globale du stock

Différentes approches des taux de rotation

Calcul des coûts de passation de commande et des coûts de possession des stocks

C. Méthodes de réapprovisionnement

Le système à quantité fixe et périodicité variable

Besoin prévisionnel annuel approximatif

Seuil ou point de commande

Quantité économique de commande

Le système à périodicité fixe et quantité variable

Périodicité économique de commande

Le stock de sécurité

Les remises sur quantités

La prévision de la demande

D. Éviter les dysfonctionnements les plus courants

Par la rigueur dans la tenue des stocks.

Par la mise à jour des bases de données techniques.

Par la mesure exacte du délai d'approvisionnement, Délais internes, délais du fournisseur

Le téléphone, ses limites, comment s'y comporter

Les e-mails, leurs avantages

L'organisation à mettre en place pour rendre les échanges plus efficaces et obtenir satisfaction

Le suivi pour maintenir la pression, une clé d'efficacité

La convention logistique, un outil d'aide, sa finalité

Par sa relation avec le magasin

E. Travailler en collaboration avec les acheteurs

La rédaction d'une fiche de synthèse, pour informer

Quand informer l'acheteur ?

F. Le tableau de bord de l'approvisionneur

Gestion des livraisons

Durée : 2 jours

Profil des participants : Toute personne appartenant au service achat et ayant à gérer les livraisons dans le cadre de ses activités.

Objectifs :

Améliorer la gestion des livraisons

Description du programme :

A- Planification des livraisons

Principes de la planification

Les outils de la planification

B - Suivi de la livraison

Suivi des délais

Suivi de la conformité

Les documents de suivi

Les outils du suivi

C - Reporting de livraison

Indicateurs

Tableaux de bord

Audit achat

Durée : 2 jours

Profil des participants : Responsable service achat ou toute personne ayant pour mission d'auditer le service achat.

Objectifs :

Apprendre la démarche d'audit achat

Description du programme :

A- Introduction

Description sommaire de la fonction achat

Rôle et responsabilité de la fonction achat

Manuel des achats

Principes d'achats

B- Audit du personnel des achats

Recrutement

Demande de l'auditeur

Connaissance de la politique de recrutement

Examen critique de la politique d'embauche

Test sur l'application effective de la politique de recrutement

C- Audit de la présélection des fournisseurs

Outils de recherche de nouveaux fournisseurs

Critères de sélection

Le prix

Qualité technique des produits

Santé financière du fournisseur

Climat social

Localisation géographique

D- Audit de la procédure d'achat

Définition des responsabilités

Demande initiale

Achats directs

Demande d'achats

E- Audit des appels d'offres

Techniques mise en œuvre

Rédaction de l'appel d'offres

Les manquements à la procédure

L'appel d'offre verbal

Mise en œuvre de l'appel d'offre

Les contrôles

INFORMATIQUE

Word : Prise en Main

Durée : 2 jours

Profil des participants : Toute personne confrontée à un besoin de saisie et mise en forme de documents.

Objectifs :

A l'issue de ce cours, le stagiaire maîtrise les fonctions principales du logiciel WORD, il est capable de rédiger un courrier ou un document de quelques pages avec une présentation simple.

Description du programme :

A - Généralités

Rappel des fonctionnalités élémentaires de WINDOWS – Lancer et quitter WORD - Description de l'écran WORD

B - La gestion des documents :

Nouveau document - Ouvrir un document - Enregistrer – Fermer un document

C - Création et mise en forme d'un premier document :

La saisie, le déplacement et la sélection - La copie et le déplacement de texte - La mise en forme des caractères - La mise en forme des paragraphes - Les bordures (encadrement) et trames -La mise en page d'un document - L'aperçu avant impression -L'impression et les options - Rechercher/Remplacer - La vérification d'orthographe et de grammaire

D - Les tableaux simples

La création d'un tableau - La mise en forme - Les bordures -L'utilisation et la présentation d'un tableau - La fusion de cellules -Les outils du tableau

E - Les mises en forme

Les styles - L'approche de la gestion des styles : création et utilisation de styles - L'utilisation des tabulations - L'insertion de puces et de numéros - La numérotation des pages - La coupure de mots – Le multicolonage - Les lettrines - L'insertion automatique - Les mises en page avancées : les en-têtes et pieds de pages

F - Les modèles :

La création, l'utilisation et la modification d'un modèle

Word : Utiliser des tableaux

Durée : 1 jour

Profil des participants : Utilisateurs de Word.

Objectifs :

Donner aux participants les compétences pour mettre en place leurs modèles de document et leurs tableaux et exploiter au mieux les fonctionnalités du tableau.

Description du programme :

A – Pourquoi utiliser des tableaux ?

Un superbe outil de mise en page – Stocker et présenter des données – Construire des modèles

B – Création de tableaux

Avant d'insérer un tableau – Les options par défaut – Les limites fonctionnelles – Méthodologie de la construction – Saisie et déplacement dans un tableau – Convertir un texte en tableau et réciproquement – Les boutons liés au tableau – Le cas des tabulations

C – Modification de tableaux

Bien sélectionner – Insertion et suppression – Manipulation des colonnes et des lignes – Couper / copier / coller – Fusionner et scinder des cellules – Scinder un tableau – Trier et numéroter des lignes – Trucs et astuces

D – Mise en forme de tableaux

Mise en forme du texte, des nombres – Caractère de tabulations- Centrer entre les marges – Centrer verticalement le contenu d'une cellule – Répétition des titres sur chaque page – Bordures et trames – Format automatique de tableaux

E – Tâches spéciales avec des tableaux

Calculs dans un tableau – Utilisation d'un tableau pour créer un graphique – Affectation de légendes – Table de matière des tableaux -Définition d'une base de données simple – Utiliser l'assistant tableau- Utiliser les macros du modèle « Tableau.dot » – Affectation de format de nombres personnalisés – Recopier vers le bas ou vers la droite – Dépannage

F – Liaisons avec d'autres applications

Les cas d'importation d'un tableau Excel – Incorporation ou liaison – Modification, mise à jour et verrouillage d'une liaison -Exportation vers Access – Insertion d'une table ou d'une requête Access – Sélection des enregistrements – Dépannage

Word : Le publipostage

Durée : 1 jour

Profil des participants : Toute personne désireuse d'optimiser la production de mailing grâce aux fonctionnalités spécifiques de Word.

Objectifs :

Permettre aux participants de concevoir des mailings personnalisés, et de maîtriser les différents aspects de cet outil pour une meilleure production de documents.

Description du programme :

A – Mailing ou publipostage ?

Un outil remarquable – Les différents types de documents issus d'un mailing – Le principe de fonctionnement – Les procédures de base pour la conception – L'aide apportée par Word – Panorama des autres possibilités du mailing

B – Comment concevoir un mailing ?

Identifier les différentes informations et leur nombre – La segmentation des données – La création d'un document de données variables – La conception du document principal – La fusion de ces deux documents – L'impression des exemplaires personnalisés

C – Le document principal :

Quel type de document utiliser ? Le contenu du document principal – Création du lien avec une source de données – L'insertion des champs de fusion

D – Spécifier la source de données :

Ouverture ou création de données existantes – Création manuelle ou automatique – L'organisation et la gestion du document de données – Faut-il créer un fichier d'en-tête ? La gestion du lien avec le document principal – Source provenant d'une autre application

E – Les possibilités de la fusion :

Regrouper en triant – Les critères de sélection (comparaison de texte, de nombre) – Les différentes requêtes (règle « et », « ou ») – Les diagnostics possibles – Les options de fusion

F – Fusionner d'autres documents :

Impression d'adresses sur des enveloppes – Impression des étiquettes – Impression de catalogue – Eviter les pièges du mailing

G – Utiliser des mots clés :

Contrôler la fusion des enregistrements – Maîtriser la syntaxe des instructions – Les instructions conditionnelles – Les champs définir, demander et remplir – Les autres mots clés (suivant si et sauter si) – Comprendre les différentes erreurs du mailing

Word : Gestion des documents longs

Durée : 1 jour

Profil des participants : Toute personne utilisant Word pour produire des documents longs.

Objectifs :

Permettre aux participants de maîtriser les fonctionnalités essentielles de la construction et de la mise en page des grands documents afin d'en faciliter la production et la modification.

Description du programme :

A - Qu'est-ce qu'un document long ?

Nombre de page et taille du document - Mise en page différente dans le document - Titres et styles - Création de tables de matières et d'illustrations - Insertion d'index - Utilisation de notes, de légendes, de renvois et de signets - Mise à jour d'information dans le document - Liaison et incorporation d'objets extérieurs à Word

B - Comment concevoir un long document ?

Qui le fabrique et à qui est-il destiné ? - Quel mode de travail utiliser ? - Choisir ses polices pour le texte, les titres, les titres courants - Définir les styles à utiliser - Connaître la gestion des champs de type résultats, action et marquage

C - La notion de section :

Création et mise en forme de section - Rappel des possibilités de mise en page - Les liens entre les sections - Enregistrement des sections

D - Mise en forme cohérente avec les styles :

Les styles prédéfinis de Word - Application de style à un texte - Modification des mises en forme d'un style - Le style normal - Création de nouveaux styles - Liens entre les styles - Mise à jour automatique des styles d'un document - Copier des styles - Dépannage

E - Profiter du mode plan :

Ecrire le plan de son rapport - Les implications de ce mode de travail - La gestion des niveaux de titres - Réorganisation et numérotation des titres - Impression du plan

F - Assurer la cohérence du document :

Les notes de bas de pages et de fin de document - Les annotations - Les légendes - Les renvois - Les signets - Les champs utilisés dans les longs documents - La gestion des champs

G - Générer tables et index :

Création et mise en forme d'une table - Mise à jour - Tables des illustrations et autres tables - Entrée d'index et index - Index automatique

H - Qu'est-ce qu'un document maître ?

Principe et utilisation - Particularités des sous-documents - Partager un document maître - Tables des matières, renvois et index - Dépannage

I - Liaisons et incorporations :

Insertions de données provenant d'autres applications - Les champs "liaison" et "incorporer" - Mise à jour des objets.

Excel : Prise en main

Durée : 2 jours

Profil des participants : Toute personne confrontée à des problèmes de conception ou d'exploitation de tableaux avec calculs.

Objectifs :

A l'issue de ce cours, le stagiaire connaît les principales fonctions d'Excel sous Windows et sait concevoir et exploiter des tableaux simples.

Description du programme :

A – Généralités :

Rappel sur les fonctions élémentaires de Windows - Lancer et quitter EXCEL - Description de l'écran EXCEL

B - La gestion des fichiers :

Nouveau classeur - Ouvrir / fermer un document - Enregistrer

C - La création d'un tableau avec Excel :

La saisie, les déplacements et les sélections dans la feuille de calcul - L'insertion, le déplacement, l'agrandissement des colonnes et des lignes - L'effacement, le déplacement et la copie de cellules - Les listes et séries

D - Les calculs :

La création d'une formule de calcul - Les références absolues et relatives - Les fonctions arithmétiques

E - La mise en forme :

La mise en forme automatique - L'alignement - L'encadrement - Les polices - Les nombres - Les styles

F - La mise en page

G - L'aperçu avant impression et l'impression

H - Créer un graphique simple :

La génération simple de graphiques - La mise en forme simple d'un graphique - La sauvegarde des graphiques

I - La gestion du fenêtrage

J - Les options d'affichage

K - La gestion des classeurs :

La manipulation des feuilles - Les groupes de travail - Les liaisons entre feuilles

Excel : Listes & Graphiques

Durée : 1 jour

Profil des participants : Utilisateurs Excel

Objectifs :

Améliorer la rapidité et l'efficacité de l'utilisation des listes et graphiques.

Description du programme :

A - Les Listes

Créer une liste - Utiliser la grille - Les filtres - Tri personnalisé - Recherche et suppression - Méthode de sélection rapide - Sélection des cellules visibles seulement - Extractions spécifiques (sans doublon)

B - Les Sous-Totaux :

Ajouter des sous-totaux - Le mode plan

C - Les Tableaux Croisés Dynamiques :

Trier, ajouter des pourcentages - Grouper des dates - Actualiser les données

D - Ouvrir une base de données externe :

Redistribution

E - Les Graphiques :

Créer / Modifier - Mettre en forme des graphiques - Masquer / Afficher des séries - Graphiques mixtes, pyramide des âges, double axes - Simulation graphique - Les courbes de tendances et barres d'erreurs - Créer un modèle de graphique

Excel : Gestion des données / Tableaux croisés dynamiques

Durée : 1 jour

Profil des participants : Utilisateurs Excel

Objectifs :

Permettre aux participants d'utiliser au mieux les instruments d'analyse et de simulation afin de produire des tableaux de synthèse

Description du programme :

A – Tour d'horizon des fonctions

Utilisation des formules – Les messages d'erreurs – Types de références – Les noms dans les formules – L'assistant fonction – Saisie de fonctions imbriquées – Les différentes catégories de fonctions -Exemple de fonctions

B – Gérer des scénarios de simulation :

Rôles des scénarios – Création et affichage d'un scénario -Modification des éléments – Suivi des modifications – La barre d'outils groupe de travail – Fusion de scénario – Rapports de synthèse – Impression d'un rapport contenant des vues et des scénarios

C – Valeur cible et solveur :

Principe de la valeur cible – Indications sur la recherche de valeur cible – Principe du solveur – Installation et démarrage du solveur -Types de problèmes à analyser – Spécification des cellules clés (cellule cible, cellules variables, contraintes) – Résolution du problème- Les résultats du solveur- Rétablissement des paramètres -Exemples d'utilisation du solveur

D – Projection avec des tables de données :

Utilité des tables d'hypothèses – Utilisation d'une table de données à simple entrée – Ajout de formule ou de valeurs d'entrée dans une table existante – Utilisation d'une table de données à double entrée- Modification d'une table de données – Exemples

Excel XP/2007 : Présenter ses données

Durée : 1 jour

Profil des participants : Toute personne désireuse d'optimiser ses présentations de données.

Objectifs :

Permettre aux participants d'utiliser au mieux les automatismes d'Excel afin de donner un aspect plus lisible aux tableaux de bords et construire des graphiques judicieux et attrayants.

Description du programme :

A – Quelques rappels pour aller vite !

Se remettre dans le bain – Raccourcis de déplacement et des élection – Calculs – Affichage et zoom – Les zones sensibles au clic droit – Quelques équivalents claviers indispensables –Savoir utiliser l'aide

B – Obtenir la présentation souhaitée !

Rappel des fonctionnalités de mise en forme des cellules –La barre d'outils format – Les formats de nombres –Personnaliser les formats numériques – Explication des codes (nombre positif, négatif et texte) – Les formats de date et d'heure –Formats conditionnels – Copie rapide de formats – Application automatique de formats

C – Automatiser la mise en forme :

Le style «normal » et les styles existants – Création de styles –Redéfinition d'un style – Copie des styles d'un classeur à l'autre –Suppression d'un style

D – Paramétrer la mise en page :

Les bases de la mise en page – Modification des options pour configurer Excel – Création, affichage et suppression de différentes vues – Création d'un modèle de classeur – Modèle automatique(Class.xlt) – Modèle automatique de feuille (Feuille.xlt)

E – Le fonctionnement du plan :

Utilité du plan – Création manuelle ou automatique –Suppression d'un plan – Les niveaux de détails – Modification de la structure du plan

F – Savoir présenter des graphiques :

Rappel des fonctionnalités de base – Quels types de graphiques les plus appropriés ? – Format de graphique par défaut –Graphique incorporé ou feuille graphique ? – Modification des éléments d'un graphique – Modification des séries et du texte – Combinaison de graphiques – Traçage de données suivant différents axes –Format automatique personnalisé – Création de marquage d'image –Copier / coller de la feuille vers le graphique – Les particularités des graphiques 3D – Graphique et mode plan –Graphiques et analyse de données.

Excel XP/2007 : Bien connaître les fonctions

Durée : 1 jour

Profil des participants : Utilisateurs Excel

Objectifs :

Permettre aux participants de maîtriser la construction de formules et de découvrir les différentes catégories de fonctions d'Excel.

Description du programme :

A - Quelques rappels pour aller vite !

Se remettre dans le bain - Raccourcis de déplacement et de sélection - Affichage et zoom - Les zones sensibles au clic droit - Quelques équivalents claviers indispensables - Savoir utiliser l'aide

B - Construction d'une formule :

Principes de base - Contenu des formules - Les opérandes (variables et constantes) - Priorité des opérateurs - Les types de références (relatives, absolues, mixtes, externes) - Calculs temporaires - L'assistant fonction - Les valeurs d'erreur

C - Modifier des formules :

Réviser une formule - Conséquence de la suppression de formules - Recopier des formules - Déplacer des formules - Conséquence de l'insertion et de la suppression des lignes et de colonnes - Le collage spécial

D - Utiliser les noms :

Utilité et principe - Définir un nom pour une constante - Nommer des cellules - Créer des noms - Utiliser des noms dans une formule - Coller un nom dans une formule - Coller une liste de nom - Nommer une formule

E - Tour d'horizon des fonctions :

Les différentes catégories de fonctions - Exemples de fonctions - Saisie de fonctions imbriquées - Exemples d'applications

F - Les types de liaisons :

Liaisons entre feuilles d'un même classeur - Liaison entre classeurs - Saisie de formules avec des références externes - Mise à jour des liaisons - La notion de groupe

G - Personnalisation des calculs :

Les options de calculs - Les itérations - Les audits dans une feuille de calcul - La mise à jour des calculs

PowerPoint : Utilisation

Durée : 1 jour

Profil des participants : Toute personne connaissant Windows et désirant utiliser PowerPoint.

Objectifs :

Réalisation de diapositives, présentations et animations.

Description du programme :

A - Interface Utilisateur :

Description de l'écran - Les palettes d'outils - Les menus contextuels - Les différentes vues

B - Création d'une présentation

C - Utilisation des outils de dessin

D - Mise en page

E - Modification en mode plan

F - Orthographe

G - Utilisation des formes automatiques :

Les masques- Masque des diapositives, des pages de commentaires- Modification des masques - Exemples : Insertion logo, dates - Arrière-plan des diapositives - Jeu de couleurs des diapositives

H - Les insertions d'objet et leurs modifications :

Images - Tableaux - Graphiques - Organigrammes - Diapositives de fichier - Diapositives de plan

I - L'impression

J - Le diaporama :

Transitions - Compilations - Minutage - Masquer une diapositive - exécution du diaporama - Visionneuse - Visioconférence - La diapo- Conférence.

PowerPoint : Enrichir et optimiser sa présentation

Durée : 1 jour

Profil des participants : Utilisateurs désireux de tirer parti au mieux des fonctionnalités de PowerPoint

Objectifs :

Améliorer et optimiser la réalisation d'une présentation.

Description du programme :

A - Uniformiser sa présentation en utilisant les masques :

Exemple : insérer un logo, définir un arrière-plan, choisir un style de puces, un style de police pour les titres, le corps du texte -Créer des masques de diapositives - Créer des masques de titre - Modifier des masques

B - Les modèles :

Création de son propre modèle - Modification de modèle -Utilisation et modification des modèles de conception

C - Création de liens hypertexte :

Lien vers une autre diapositive - Lien vers un autre fichier -Lien vers une autre présentation PowerPoint

D - Insertions d'objets :

Organigrammes - Graphiques - Images

E – Importation :

Importer un tableau ou graphique provenant d'Excel - Importer un tableau Word - insérer des diapositives provenant d'un autre fichier PowerPoint.

F – Diaporama :

Animer, minuter, ajouter du son à un objet - Transiter entre les diapositives - Ajouter du son à l'ensemble du diaporama - Exécuter un diaporama - Masquer une diapositive - Créer un diaporama personnalisé.

G - Création de pages Web :

Publication d'une présentation - Mise à disposition d'une présentation sur le Web - Aperçu d'une présentation sous la forme d'une page Web.

Project Client : Initiation

Durée : 2 jours

Profil des participants : Tout utilisateur amené à gérer des projets.

Objectifs :

Permettre à toute personne désirant utiliser le logiciel PROJECT d'acquérir les connaissances nécessaires à une utilisation efficace du produit.

Description du programme :

A - Concepts de la gestion de projet :

Définitions générales - Planification du projet - Gestion et suivi d'un projet - Achèvement d'un projet.

B - Mise en œuvre :

Définition des objectifs - Création d'un fichier de projet - Choix de la date de début d'un projet - Enregistrement du projet - Option d'enregistrement automatique.

C - Personnalisation et gestion des calendriers de projet :

Les calendriers par défaut de Project - Personnalisation du calendrier standard - Création d'un calendrier de projet - Introduction la notion de calendrier des ressources

D - Tâches - Phases – Jalons :

Définitions des tâches - Application des phases (tâches récapitulatives) - Création de jalons - Création de tâches répétitives - Liaisons entre les tâches - Les tâches et les calendriers - Les dates, les durées et les calculs automatiques - Gestion des tâches décalées par le champ "retard" et dates de contrainte

E - Création et Gestion des ressources :

Ressources travail et ressources matérielles - Création d'une liste des ressources avec l'affichage "Tableau des Ressources" - Affectation de coût à des ressources - Personnalisation du calendrier des ressources - Affectation de ressources aux tâches

F - Gestion des affichages :

Les différents types d'affichages dans Project : Diagramme de Gantt - Réseau PERT - Calendrier - Utilisation des ressources - Utilisation des tâches Utilisation et personnalisation des tables. Les principaux types de champs de Project : Champs système - Champs personnalisables - Listes de valeurs - Personnalisation du diagramme de Gantt - Personnalisation des aperçus avant l'impression : En-Têtes - Pieds de page - Légendes

G - Principales boîtes de dialogue :

Information sur la tâche - Information sur la ressource - Information sur l'affectation - Utilisation des affichages pour lier les tâches aux fiches d'information

H - Suivi d'un projet :

Enregistrer la planification initiale - Effectuer le suivi du projet - Procéder à la mise à jour des tâches - Gestion locale ou globale de l'avancement des tâches - Les informations du "Gantt Suivi" - Consultation des statistiques et création de rapports pour l'impression.

I - Fonctions d'Import-Export vers d'autres logiciels

Access XP/2007 : Conception d'une base de données

Durée : 1 jour

Profil des participants : Personnes souhaitant concevoir une base de données avant de passer à son développement.

Objectifs :

Apprendre les principes élémentaires pour la conception d'une base de données relationnelle.

Description du programme :

A – Généralités sur les systèmes de Gestion de Bases de données

B – Préparation d'un projet :

Quelques conseils pour bien démarrer l'analyse d'un projet Access – Les éléments à définir (besoins actuels, documents à éditer, statistiques à obtenir, éléments à calculer, informations à stocker,...) – Faire ressortir les tables à partir des éléments définis

C – Modélisation des données :

Qu'est-ce que la modélisation ? – Pourquoi modéliser ? – Les bases de données

D – Modèle Entité-Association (Merise) :

Principes – Définition d'une entité, les attributs, les identifiants -Cardinalité des associations

E – Passage du modèle logique au schéma de la base :

Correspondance – Clé primaire, clé étrangère – Contraintes de domaine

F – L'organisation des données dans la base de données :

L'organisation des données dans un SGBDR – utilisé les tables sur Access- Techniques de définition des tables- Techniques de création des clés

G – Les relations :

Les différents types de relations – La création de relations – Les jointures

H – Application (conception de bases de données)

Définition et conception des tables – Les types de données –
Définition des divers index – Définition des relations entre tables

Access : Utilisation de base de données existante

Durée : 1 jour

Profil des participants : Toute personne désirant utiliser une base existante et gérer ses données de façon structurée.

Objectifs :

Exploitation des données d'une base existante en utilisant des objets de conception simple.

Description du programme :

A – Les feuilles de données :

La gestion des enregistrements par l'interface feuille de données – La recherche d'information par la création d'un filtre/tri- L'ajout et suppression de données.

B – Les requêtes :

La création de la structure d'une requête – La définition des critères de sélection – Les critères paramétrés – La création de champs calculés – Les statistiques sur groupe d'enregistrements – La définition d'un en-tête de colonne fixe – Les requêtes d'analyse croisée – La création de jointure pour des requêtes multi-tables

C – Les formulaires :

Les assistants à la conception de formulaires colonne simple et tabulaire – La création et la personnalisation de formulaires vierges – La programmation des propriétés des objets – La programmation de contrôles dépendants – La création de contrôles calculés – La programmation d'une liste modifiable – La programmation d'un groupe d'options – La création d'un sous-total dans un formulaire – L'association de formulaires et de sous-formulaires

D – Les états :

La création et la mise en forme – La structure des sections d'impression – La création des regroupements – La création des données calculées- La configuration d'états multi-tables

Access : Développement d'une application Access

Durée : 3 jours

Profil des participants : Toute personne désirant utiliser Access pour la création d'une application afin de gérer ses données de façon structurée.

Objectifs :

Apprendre les principes élémentaires pour la conception d'une base de données relationnelle.

Description du programme :

A - Introduction

Introduction à Microsoft Access - Commencer avec Microsoft Access -Présentation d'une application

B - Concevoir une base de données :

Concevoir des états, des requêtes et des formulaires -

Concevoir des tables

C - Enregistrer des données :

Créer une table - Personnaliser une table - Ajouter des données à une table - Travailler avec des tables

D - Obtenir des données :

Trouver une information dans une table - Filtrer les données -

Interroger la base de données - Personnaliser une requête

E - Construire des formulaires :

Créer un formulaire - Travailler avec des formulaires

Ateliers : Création d'un formulaire - Présentation de valeurs calculées dans un formulaire

F - Construire des états :

Créer un état - Personnaliser un état - Améliorer un état

G - Les macros :

Créer des macros - Définir les actions et arguments -Affecter une macro à un évènement d'un formulaire - Affecter une macro à des contrôles

H - L'automatisation :

Créer des formulaires de démarrage - Automatiser l'ouverture d'objets par des boutons et des menus - Définir la valeur des contrôles - Vérifier la validité des données - Introduction au Visual Basic

I - Créer une application :

Ajouter un panneau de distribution à une base de données -Définir les options de démarrage d'une application - Maintenir une base donnée

J - Application multi-utilisateur (si besoin) :

La réplication - Le fractionnement d'une base de données

Formation Microsoft Outlook

Durée : 1 jour

Profil des participants : Toute personne ayant à travailler avec OUTLOOK.

Objectifs :

Maîtriser le fonctionnement d'Outlook, afin de gérer, planifier, suivre et bien communiquer en Intranet, Extranet ou Internet.

Description du programme :

A - Découvrir Microsoft Outlook

Présentation d'Outlook
Organiser les éléments d'Outlook
Naviguer dans Outlook
Affichage standard d'Outlook
Utilisation d'Outlook aujourd'hui

B - Gérer les messages

Création d'un message
Répondre à un message
Supprimer/remplacer un message déjà envoyé
Manipuler / Personnaliser un message
Indicateurs/suivi/options des messages
Enregistrer une copie des messages envoyés
Manipuler une signature automatique
Utiliser word comme éditeur de messagerie
Joindre un fichier/objet dans un message
Utilisation du chemin URL dans un message
Compléments fournis avec Outlook
Règles/Gestionnaire d'absence du bureau
Règle et Assistant gestion des messages

C - Les carnets d'adresses

Utilisation du carnet d'adresses

Vérification des noms
Modifier le profil d'utilisateur
Configurer/manipuler le carnet d'adresses
Format de texte brut des messages envoyés
Copie de la liste d'adresses globale localement
Création/manipulation d'une liste de distribution

D - Organiser votre agenda : calendrier

Planifier/manipuler vos rendez-vous
Disponibilité d'un rendez-vous des participants
Planifier vos réunions
Gérer les réponses de réunion
Gérer un événement
Modifier l'aspect de votre calendrier

E - Gérer les contacts et les tâches

Créer/modifier un contact
Personnaliser l'aspect des contacts
Planification des tâches
Attribution / suivi d'une tâche
Regrouper filtrer et trier les éléments d'outlook

Sensibilisation à la Sécurité Informatique

Durée : 2 jours

Profil des participants : Toute personne ayant la responsabilité de sécuriser un parc informatique.

Objectifs :

- Comprendre les problématiques simples de sécurité en informatique.
- Mettre en place une normalisation pour assurer la sécurité du ou des systèmes d'exploitation de l'entreprise.

Description du programme :

A - Présentation des différentes topologies réseaux

B - Les risques informatiques :

Présentation des types de risque et des conséquences - Les techniques de piratage - Les risques hors Internet - Les risques liés à Internet

C - La messagerie électronique :

Fonctionnement de base - Risques liés à l'utilisation de la messagerie électronique - Les bons réflexes pour se protéger

D - Les systèmes de protection :

Anti virus - Pare feu - DMZ

E - Les outils Antivirus :

Les principaux produits du marché - Administration sur les Serveurs - Administration sur les Postes de travail

F - Restaurations et Sauvegardes :

Les différentes politiques - Exemple d'un schéma de sauvegarde

G - La sécurité au niveau de l'utilisateur :

Choses à ne pas faire

Réseaux informatiques, concepts et mise en œuvre

Durée : 3 jours

Profil des participants : Toute personne souhaitant acquérir un bon bagage théorique et pratique dans le domaine des réseaux informatiques

Objectifs :

Etre capable de connaître une terminologie et d'acquérir les concepts de base des réseaux
Apprendre et appliquer les techniques de base de l'installation des réseaux en entreprise

Description du programme :

A – Introduction :

Un réseau pour quoi faire? Les différents éléments et leurs rôles, Les utilisateurs et leurs besoins (communiquer sur site, entre sites distants, avec l'extérieur), Les aspects architecture: communication, interconnexion des éléments, administration sécurité.

B - Les différents réseaux et principe généraux :

Classification des différents types de réseaux, Avantages et inconvénients des différentes technologies, Quelles technologies pour quels besoins?, Communication PC Poste de travail/Serveurs, Partager les ressources, Nature et objet d'un protocole, Le Modèle ISO/OSI quel intérêt ? Les 7 couches

C - Différentes alternatives de raccordement :

La paire torsadée, coaxial et fibre optique, Principe du câblage, Les sans fil, Les modems et les différents standards

D - Les réseaux locaux (LAN) :

Pourquoi et quand utiliser un réseau local?, Choix politiques des constructeurs, Adressage Ethernet, Contrainte et avantage et mode de fonctionnement de Ethernet, Plusieurs débits de 10 Mo à plusieurs Go (10/100 base T/ Gigabit Ethernet/...)

E - Les différents équipements leurs rôles et leurs avantages respectifs :

Les HUB, Les Répéteurs et Pont, Les différents types de Switch, Les différents Routeurs rôles et intérêt, Passerelle, À quoi sert un Firewall, Présentation de quelque type d'architecture Ethernet partagé, Ethernet commuté, Le SpanningTree (principe et mode de fonctionnement)

F - Notions de base des réseaux TCP/IP :

Les contraintes d'adressage des réseaux, Le protocole IP Adressages. Configuration, Broadcast et Multicast, Principes des protocoles TCP et UDP, Notion de numéro de port, Exemples de configurations IP

G -Routeurs :

Interconnecter les réseaux : Pourquoi et quand utiliser un routeur ? Présentation des mécanismes de routage et d'une table de routage, Programmation d'une table de routage (statique, ou protocole de routage dynamique), Quel protocole pour quel type de routage ?, Les principaux protocoles (RIP2, OSPF, BGP, ...), Segmentation et réassemblage de paquets, Routeurs multi-protocoles, Commutation IP.

SECRETARIAT ET ASSISTANAT DE DIRECTION

Qualité et Efficacité au Téléphone

Durée : une demi-journée

Public concerné : Secrétaires

Objectif :

- Maîtriser les techniques de communication par téléphone
- Les règles d'un bon accueil téléphonique (Mettre en attente, Ecouter, Reformuler et Renseigner...).
- Les erreurs à éviter en situation de communication téléphonique.
- Faire face aux situations délicates en communication téléphonique.
- La boîte à outils de l'assistante en situation de communication téléphonique.

Rédiger des courriers professionnels

Durée : une demi-journée

Public concerné : Secrétaires

Objectif :

- Maîtriser les techniques de rédaction
- Acquérir les techniques de la rédaction professionnelle.
- Rédiger en fonction de son objectif et des besoins du lecteur.
- Acquérir les aptitudes nécessaires pour élaborer et rédiger un écrit professionnel, avec un maximum d'efficacité.
- Affiner ses écrits professionnels pour en faciliter la lecture.

Parfaire ses écrits professionnels

Durée : 2 jours

Profil des participants : Secrétaires.

Objectifs :

- Renforcer la méthodologie dans l'écrit professionnel chez la secrétaire, acquérir une aisance rédactionnelle.
- S'assurer d'atteindre efficacement son ou ses lecteurs, gagner du temps, renforcer la qualité de l'écrit, travailler à partir des documents des participants.

Description du programme :

A - Structure et organisation de la pensée

Organisation d'un plan et d'une structure choisie en fonction du but à atteindre : informer, expliquer, rendre compte

Hiérarchisation et mise en ordre des informations

2 méthodes : créer à partir de la logique :

E.R.L. - Entraînement au Raisonnement Logique

O.S.T.M.P. : Objectif, Stratégie, Tactique, Moyens Programmation

B - Comment réussir un courrier professionnel ?

La structure interne du message, introduction-conclusion

Le mot, la phrase, le style, utilisation de la logique et du bon sens pour résoudre les difficultés de la langue

L'adaptation du style à la nature du document

La concision, le phénomène de redondance et la lisibilité

La synthèse

La schématisation

Les critères de lisibilité

Les différents documents

Objectif et caractéristiques

Mémo, note, lettre et compte-rendu

C - La facilité de lecture

Présentation, mise en évidence de l'articulation de la pensée

Présentation des idées "force"

Aide à la lecture de textes confus

Assistance commerciale

Durée : 2 jours

Profil des participants : Assistantes commerciales.

Objectifs :

- Prendre conscience de son rôle d'assistante commerciale.
- Acquérir les outils et techniques relatifs à cette mission.

Description du programme :

Module 1 - Situer le rôle et la mission de l'assistante commerciale

Connaître les étapes de la vente

Situer la fonction commerciale au sein de l'entreprise

Identifier les objectifs et les compétences de l'assistante

Module 2 - S'organiser pour mener à bien le suivi de l'activité commerciale

Analyser et hiérarchiser les différentes tâches

Utiliser agenda et planning pour structurer le temps de travail

Collecter et faire circuler l'information "utile"

Elaborer les tableaux de bord de suivi de l'activité

Module 3 - Développer un savoir-faire commercial

Etablir un contact positif : écoute et empathie

Poser des questions pour clarifier la demande

Répondre aux attentes techniques et relationnelles

Mettre à jour la base de données

Module 4 - Renforcer sa capacité à communiquer par téléphone

Prendre en compte les particularités du téléphone

Structurer l'entretien et utiliser un style positif

Gérer les litiges et les réclamations : rassurer et fidéliser