



Conseil et Formation



Booster de compétences



## C2N, BOOSTEUR DE COMPETENCES

Spécialiste de la relation client et fort de 20 ans d'expérience dans la mise en place de pédagogie adaptée et orientée vers l'action, l'équipe de C2N offre des prestations diversifiées pour les entreprises, les acteurs institutionnels de l'emploi et de la formation, les salariés ou demandeurs d'emploi.

Nous vous apportons des solutions clés en main :

- Générer des compétences, grâce à des cursus de formation adaptés aux besoins des entreprises et à l'évolution des métiers.
- Apporter des conseils et des solutions RH, pour favoriser le rapprochement entre les demandeurs d'emplois, les institutionnels et les entreprises en utilisant la formation comme mode de sourcing.

## NOTRE AMBITION

Contribuer à faciliter la mobilité professionnelle, le développement personnel, la montée en compétence et l'accès au retour à l'emploi durable des jeunes et des adultes dans toute leur diversité par une offre globale de conseils et de formations répondant aux besoins du marché.

## NOTRE VALEUR AJOUTEE

C2N affirme son attachement à des principes et des valeurs reconnus dans les milieux de la formation professionnelle et du recrutement en plaçant l'humain au cœur de son activité. Issus de l'entreprise et de la relation client, notre connaissance de l'environnement socio-économique et des contraintes inhérentes à la prise et au maintien du poste de travail sont le fondement de notre activité.

Cette expérience s'appuie sur le respect de principes et de valeurs suivantes :

- Œuvrer pour la diversité dans les principes de laïcité
- L'accomplissement de soi et l'autonomie
- Replacer l'humain au cœur de l'entreprise
- Mobiliser les synergies



## DIVERSITE DES PUBLICS

- Salariés
- En formation professionnelle continue (CIF, CPF, plan de formation...)
- En contrat ou période de professionnalisation
- Demandeurs d'emploi dans le cadre de formations conventionnées par les collectivités publiques ou territoriales.
- Jeunes, adultes, seniors, personnes en situation de handicap

## UNE OFFRE DIVERSIFIÉE DE FORMATIONS ET DE CONSEILS

C2N vous aide à gérer de façon optimale vos besoins en formation dans le cadre de ces divers dispositifs de formation.

Nous examinons vos demandes de formation au regard de ces dispositifs de formation et des budgets alloués par votre OPCA.

## FORMATIONS

### **Formations sur mesure intra ou interentreprises**

Pour répondre à une problématique spécifique, C2N construit avec vous des actions de formation "sur mesure", tenant compte du contexte et des spécificités de votre entreprise après analyse de vos enjeux et de vos attentes.

### **Formations qualifiante et de reconversion**

#### **Formation en alternance (contrat de professionnalisation ou période de professionnalisation)**

#### **Formation pré-qualifiante**

#### **Information et accompagnement à la VAE**

### **Formations continues courtes**

C2N propose un catalogue de formation complet pour optimiser votre montée en compétence et réaliser votre propre développement :

- Relation Client à Distance
- Écrits professionnels
- Informatique
- Communication commerciale et managériale
- Tourisme
- Dynamique et Recherche d'Emploi
- Droit
- Langues étrangères
- Handicap
- Coaching
- Développement personnel et estime de soi



### **Audit / mobilité interne / reclassement**

Nous vous accompagnons dans le reclassement de vos salariés afin d'évaluer, en toute neutralité, les compétences décelées et la faisabilité du projet.

Suite à des tests précis et orientés en fonction de la nature du poste proposé, un rapport d'expertise vous est présenté, mesurant l'adéquation entre les compétences acquises du prétendant et celles requises.

### **Conseil en recrutement**

En fonction de votre besoin de recrutement, nous vous conseillons et élaborons avec vous une procédure sur mesure, pour répondre au mieux à vos attentes.

- Pré-qualifications
- Entretiens
- Préconisation

Nous vous assistons de l'audit de votre besoin jusqu'au suivi de l'intégration de votre nouveau collaborateur.

### **Optimisation des coûts de recrutement**

Nous proposons, coordonnons et simplifions les démarches administratives propres à votre projet de recrutement, pour une prise en charge optimale des coûts de recrutement et de formation.

### **Optimisation des dispositifs de formation**

Vous disposez de budgets distincts permettant de financer les divers dispositifs de formation existants: Le Compte Personnel Formation (CPF), le plan de formation, la période de professionnalisation ...



# Modules sur mesure, après analyse de vos besoins

Management / Relation client / Bureautique / Efficacité professionnelle...

AUDFOR -

<b>Objectif</b>	<b>Adapter le contenu de la formation à vos besoins pour gagner en efficacité, tout en prenant en compte les contraintes inhérentes à votre environnement (contexte, temps, production...)</b>
Programme	Sur mesure
Durée	Sur mesure
Prérequis	Aucun
Public	Tout salarié
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe intra
Prix Inter	Nous consulter



# Communication / Ecrits Professionnels / Relation client à Distance

## Rédiger des mails de façon correcte et efficace

EPRO

<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de : Titrer efficacement l'objet d'un e-mail et le diffuser à bon escient.</b> <b>Connaître les règles de lisibilité pour améliorer la qualité rédactionnelle</b> <b>Savoir adapter son style, ses mots à ses interlocuteurs, sa stratégie et le contexte</b>
<b>Programme</b>	<p>1- Les règles de lisibilité :</p> <p>Définir un objectif d'écriture. Structure et forme des phrases. Utiliser le plan et les mots de liaison pour montrer sa logique. Enrichir son vocabulaire - Chercher des synonymes.</p> <p>2- Choisir ses mots : courts, simples, concrets et positifs. Ponctuer à bon escient.</p> <p>3- Identifier les règles et les codes de l'e-mail :</p> <p>Diffusion : envoyer, répondre, transférer, joindre, mettre en copie, pièces jointes Objet : informatif, choix des mots, savoir titrer. Présentation : couleurs, polices, paragraphes, sauts de lignes, signature, ... Gestion : prioriser, lecture contrôlée, e-mails et savoir-vivre. Contenu : Vos écrits restent et se diffusent, être factuel, ... Choisir les formules et le style appropriés : Rénover et alléger les formules - Pour ou contre « cordialement » ? Identifier et comprendre la demande de son interlocuteur. Choisir, adapter le style en fonction de sa stratégie et de son interlocuteur (Manager, client, fournisseur, collaborateur, ...)</p> <p>4- Rédiger un e-mail en situation inhabituelle :</p> <p>Répondre à une réclamation. Emettre un refus.</p> <p>5- Atelier :</p> <p>Auto-analyse, observation et critique constructive d'e-mails existants. Rédaction d'e-mails suivant «scénario» proposé ou rencontré par le stagiaire.</p>
<b>Durée</b>	2 jours
<b>Prérequis</b>	Aucun
<b>Public</b>	Toute personne susceptible de traiter des écrits courants au sein d'un service administratif ou service client
<b>Méthode pédagogique</b>	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
<b>Prix Inter</b>	900 euros



# Communication / Ecrits Professionnels / Relation client à Distance

## Optimiser les réponses écrites aux réclamations des clients

EREC

<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de répondre aux courriers de réclamation des clients (traitement mail, fax, courrier et sms)</b>
Programme	Préparer son écrit, raisons et objectifs Structurer sa rédaction Les différentes méthodes pour répondre à un courrier de réclamation Les règles élémentaires de français à l'écrit Les spécificités des différents écrits
Durée	2 jours
Prérequis	Aucun
Public	Toute personne travaillant sur une cellule de back-office et souhaitant améliorer la structure de sa réponse écrite et effectuer une réponse de qualité
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	900 euros



# Communication / Relation client à Distance

## Gestion des clients difficiles au téléphone

COMCDTEL

<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de faire face aux incivilités, de se positionner et de gérer les situations difficiles en fonction de ses propres positions de vie tout en tenant en compte celles du client</b>
<b>Programme</b>	<p>1- Comprendre les clés de l'efficacité relationnelle dans la relation commerciale Connaitre les 2 types d'attente fondamentale chez un client mécontent. Comprendre ce qui se joue émotionnellement pour le client. Accueillir les tensions avec maîtrise et professionnalisme. Réussir les 4 étapes d'une communication efficace avec le client. Atelier pratique : recueil et analyse des appels difficiles des participants.</p> <p>2- Décrypter les mécanismes de défense qui bloquent le relationnel avec le client Identifier ses comportements "refuge" en cas de tension. Repérer les émotions en jeu, accepter les siennes. S'approprier les techniques pour retrouver le contrôle de soi. Se recentrer sur le client et sur la réponse à apporter. Autodiagnostic de ses comportements refuge. Training sur la communication.</p> <p>3- Faire face à l'agressivité du client Se sentir concerné, - et non, visé. Intervenir au bon moment pour désamorcer la colère, trouver le ton juste. Écouter, reformuler, relancer le client pour faire baisser la tension. Traiter et suivre le dossier en s'engageant personnellement. Entraînement sur les situations difficiles des participants.</p> <p>4- Travailler la confiance en soi Reconnaître ses forces et celles des autres. Oser dire NON en préservant la relation. Utiliser la méthode du DESC pour s'affirmer en douceur. Traiter un appel offensant ou injurieux avec calme et fermeté. Entraînements savoir dire NON.</p> <p>5- Ancrer de bons réflexes pour conserver une présence positive au quotidien Savoir se ressourcer après un moment difficile. Créer ses propres outils de gestion des cas difficiles pour garantir l'efficacité sur la durée. Plan d'actions personnel.</p>
<b>Durée</b>	2 jours
<b>Prérequis</b>	Aucun
<b>Public</b>	Toute personne devant affronter des interlocuteurs agressifs lors d'entretiens téléphoniques difficiles.
<b>Méthode pédagogique</b>	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
<b>Prix Inter</b>	1050 euros





# Communication / Relation client à Distance

## Développer son efficacité au téléphone en émission

COMCOTELEM

<b>Objectif</b>	<b>À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de préparer, conduire et suivre son entretien téléphoniques pour gagner en efficacité et améliorer sa force de persuasion en situation de prospection.</b>
<b>Programme</b>	<p>1- Les avantages d'une bonne préparation :</p> <p>Que doit-on préparer ? Comment ?</p> <p>Préparation et validation des argumentaires, les enjeux, les objectifs.</p> <p>Définition de la cible, sélection des prospects, fonction du contact.</p> <p>L'environnement d'appel, quand ? Fréquence ?</p> <p>2- Spécificités de l'outil téléphone :</p> <p>Une communication sans image.</p> <p>Connaître et positionner sa voix : débit de parole, articulation, respiration.</p> <p>Utiliser le ton juste : dynamisme,</p> <p>Pratiquer l'écoute active.</p> <p>3- Réussir la prise de contact :</p> <p>Franchir le barrage de la standardiste, de la secrétaire.</p> <p>Savoir établir un premier contact positif et personnalisé.</p> <p>Susciter l'intérêt dès les premières secondes, les mots clés, la phrase d'accroche.</p> <p>Evaluation du pouvoir de décision de son interlocuteur.</p> <p>4- Argumenter avec persuasion et réfuter les objections avec brio :</p> <p>Le mécanisme de l'argument, la force de la preuve.</p> <p>Susciter l'implication et l'adhésion du prospect.</p> <p>Les différents types d'objections : différencier faits et opinions.</p> <p>Savoir questionner, reformuler, réfuter une objection.</p> <p>5- Conclure l'entretien avec succès :</p> <p>Décoder les signaux d'accord.</p> <p>Les techniques de conclusion,</p> <p>6- Formaliser sa prospection :</p> <p>Evaluer et transcrire les informations obtenues.</p> <p>Exploiter l'information, planifier la prochaine action (Relance, RDV,...)</p>
<b>Durée</b>	2 jours
<b>Prérequis</b>	Aucun
<b>Public</b>	Assistant(e) commercial(e) ADV, téléconseiller, hotliner et tout téléacteur en charge de la relation client par téléphone.
<b>Méthode pédagogique</b>	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
<b>Prix Inter</b>	900 euros



# Communication / Relation client à Distance

## Développer son efficacité au téléphone en réception et rebond commercial

COMCOTELRE

<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de gérer les appels clients en réception, de promouvoir et vendre les produits de l'entreprise</b>
Programme	<p>1- La Communication et ses limites : Quelles sont les spécificités de la communication au téléphone ?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Les principes de la communication par téléphone</li><li>- L'adaptation du ton, du rythme verbal et du volume en réception d'appels</li><li>- Le vocabulaire approprié à la télévente</li><li>- L'écoute du télévendeur</li></ul> <p>2- Quel est le bon plan d'un entretien de vente en réception d'appels ?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Structurer les étapes d'une télévente en réception d'appel téléphonique, les étapes de la vente en rebond</li></ul> <p>3- Comment obtenir l'attention du client ou du prospect ?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Collecter des informations constructives à la télévente</li><li>- Découvrir les attentes, les objectifs, les motivations de l'appelant</li></ul> <p>4- Comment bien argumenter la télévente ?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- L'argumentation convaincante en réception d'appel</li><li>- Développer son assertivité au téléphone</li><li>- Présenter avec naturel et aisance une proposition claire et précise</li><li>- Faire ressortir le bénéfice unique pour le client</li><li>- Savoir repérer les signaux d'achat du client</li><li>- Présenter son prix positivement</li><li>- Savoir négocier son prix en réception d'appel</li></ul> <p>5- Comment réfuter des objections en télévente ?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Qu'est-ce qu'une objection ?</li><li>- Quelles sont les objections en réception d'appel ? Comment réfuter une objection en télévente ?</li><li>- Quelles sont les réponses aux objections classiques à la télévente et à l'achat de produits complémentaires (report, prix, quantité, ...)</li></ul> <p>6- Comment conclure la vente en réception d'appel ?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Savoir quand et comment conclure la télévente</li><li>- Confirmer l'engagement du client</li></ul>
Durée	2 jours
Prérequis	Aucun
Public	Toute personne en contact avec de la clientèle à distance en réception sur un centre de profit
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	900 euros



# Communication / Relation client à Distance

## L'assistance et la gestion de sinistre, qualité et prise en charge des appels

COMASS

<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de prendre en charge un appel en réception, de satisfaire le client dans le respect des processus qualités</b>
Programme	Identifier la qualité de service attendue Typologie des interlocuteurs Leur niveau d'exigence Leurs critères de satisfaction Adopter une attitude constructive à chaque étape Se présenter Clarifier la demande Apporter des réponses claires et précises Maîtriser la directivité de l'entretien Conclure et prendre congé Assurer le suivi de ses engagements Maîtriser les spécificités de la communication par téléphone Développer l'écoute active pour appréhender les attentes Utiliser des techniques de questionnement adaptées aux situations Diagnostiquer la problématique par la reformulation Garder la maîtrise dans les situations délicates S'adapter aux différents interlocuteurs et les valoriser Prendre en compte le grief et proposer des solutions Gérer les situations délicates et le stress qui en découle Identifier et hiérarchiser ses priorités Renforcer le travail en équipe S'appuyer sur les compétences de l'équipe Savoir résoudre ensemble un problème Faire remonter l'information utile Capitaliser les meilleures pratiques
Durée	2 jours
Prérequis	Aucun
Public	Toute personne en contact avec de la clientèle en réception
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	1100 euros



# Communication / Relation client face à face

## Faire face aux incivilités des clients / gestion des clients difficiles

COMCD

<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de : Identifier les éléments d'un conflit et d'en comprendre les mécanismes</b> <b>Mettre en place une stratégie de résolution de conflit,</b> <b>Adapter son comportement dans une situation de conflit,</b>
<b>Programme</b>	Comprendre le conflit L'approche systémique de la communication La notion de conflit, les différents types de conflit Les facteurs déclencheurs des tensions Les conséquences du conflit Les stratégies de gestion des clients difficiles Les 3 types de stratégie : l'évitement, le désamorçage, l'affrontement Procédure pour la gestion des conflits Gérer son stress et maîtriser ses émotions Savoir garder son calme et maîtriser ses émotions Les gestes et attitudes à éviter Savoir apaiser les tensions et favoriser les échanges Faire preuve d'empathie et d'assertivité Faire face aux critiques Identifier les différents profils clients Traiter les demandes délicates en face à face Les différentes phases du conflit oral L'acronyme C.A.L.M.E.R. au service de la relation conflictuelle Développer son attitude d'écoute (l'écoute flottante) Poser les bonnes questions (typologie des questions essentielles pour conduire un entretien) Reformuler les attentes (comprendre et diagnostiquer la situation) Choisir ses arguments (quel type d'argument pour quelle réponse) Répondre aux objections (les différentes méthodes de réfutation) Construire une réponse malgré les impératifs dictés par les clients La démarche de négociation, les différentes étapes de la négociation Les éléments de la négociation : identifier le niveau de problèmes et les hiérarchiser La prise de congé
<b>Durée</b>	2 jours
<b>Prérequis</b>	Aucun
<b>Public</b>	Toute personne en contact direct avec de la clientèle et éprouvant du stress face aux situations difficiles
<b>Méthode pédagogique</b>	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
<b>Prix Inter</b>	1100 euros



# Communication / Relation client face à face

## Promouvoir ses ventes en face en face

COMDV

<b>Objectif</b>	<b>Etre capable de susciter l'intérêt et engager l'action. Exploiter totalement les différentes étapes de l'entretien, maîtriser les techniques de vente en face à face par une meilleure écoute et une force de persuasion.</b>
<b>Programme</b>	<p>UN ARGUMENTAIRE SUR MESURE ET FIABLE</p> <p>Premier contact est essentiel (poignée de main, regard, sourire etc...)</p> <p>Réussir les 3x20 (20 premières secondes, 20 premiers gestes, 20 premiers mots)</p> <p>Comprendre l'importance du non verbal (gestuelle, apparence)</p> <p>Capter l'attention de ses clients potentiels par une introduction alléchante</p> <p>Les avantages génériques qui font leur petit effet sans tout dévoiler</p> <p>Découvrir les besoins du client qui vont définir la trame de la présentation</p> <p>Pratiquer l'écoute active et la reformulation orientée</p> <p>Adaptation du discours commercial en temps réel</p> <p>Argumenter en mode bénéfiques</p> <p><b>CHOISIR LE BON SUPPORT POUR CONVAINCRE</b></p> <p>Définir le profil de votre interlocuteur : visuel, auditif ou kinesthésique</p> <p>Sélectionner les informations adéquates de sa présentation PowerPoint</p> <p>Le risque de vouloir « tout montrer » et assommer son interlocuteur</p> <p><b>NE PAS SE LAISSER INTIMIDER</b></p> <p>Une présentation commerciale devant une personne ou un petit groupe</p> <p>La présentation « descendante » / La présentation « échange »</p> <p>Le regard, le point de contact entre l'orateur et l'auditoire</p> <p>S'assurer que les messages est bien passé</p> <p>Poser des questions, interpeller une personne</p> <p>Vendeur se transforme en animateur</p> <p><b>CONVAINCRE AU BON MOMENT</b></p> <p>Déterminer si l'interlocuteur est sceptique, hostile ou favorable</p> <p>Les 3 arguments retenus pour convaincre en fin de présentation</p> <p>2 stratégies en fonction du degré d'adhésion du contact</p> <p>Argument du plus faible et aller crescendo</p> <p>Argument massue à l'argument de moyenne importance</p> <p>Jouer sur les effets oratoires</p> <p>L'effet d'évidence, de clarté, d'émotion, de doute</p> <p>A éviter : débiter sur un ton monocorde un discours formaté</p> <p><b>CONCLURE LA VENTE</b></p> <p>Répondre aux objections les plus courantes</p> <p>Réaliser une proposition commerciale efficace et valider l'adhésion</p> <p>Ouvrir vers l'avenir (démarrer la fidélisation), rassurer et féliciter</p>
<b>Durée</b>	2 jours



Prérequis	Aucun
Public	Tout vendeur en contact direct et éprouvant des difficultés à susciter le besoin
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	900 euros



# Efficacité professionnelle

## Apprendre à se connaître / Prendre la parole en public / Confiance en soi / Estime de soi

EFPARP

<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, le stagiaire saura se positionner au sein d'un groupe et gérer son stress pour prendre la parole en public</b>
Programme	<p>1- Prendre conscience de soi, par sa parole : "ce que je fais quand je parle"</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Les fonctions essentielles de la parole : sensorielle ; motrice ; émotionnelle ; intellectuelle.</li><li>• Les mécanismes du langage parlé : le combiné de base ; la variation du flux verbal ; le geste articulatoire ; l'organisation des séquences parlées.</li><li>• Les principes de la "parole juste".</li><li>• Et moi ?</li></ul> <p>Se découvrir et se reconnaître. Se poser. Être sonore. Envoyer la tonique.</p> <p>2- Développer sa présence et son énergie : devenir acteur dans ses relations à l'autre</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Asseoir son autorité naturelle.</li><li>• S'engager tout entier dans sa prise de parole pour délivrer une communication authentique.</li><li>• Construire sa confiance appuyée sur ses sensations.</li></ul> <p>3- Être juste dans sa parole</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Transformer la parole automatique en une parole vécue.</li><li>• Trouver le rythme, le ton juste et l'attitude juste.</li><li>• Passer de l'enjeu au jeu : dépasser ses inhibitions.</li></ul> <p>4- Inciter à l'action : donner envie et intéresser l'auditoire</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Susciter écoute et attention en éprouvant du plaisir : le geste articulatoire.</li><li>• Donner de l'énergie au groupe par une communication tonique.</li></ul>
Durée	4 jours
Prérequis	Aucun
Public	Toute personne éprouvant des difficultés à communiquer en public et souhaitant mieux gérer ses peurs au travers de méthodes originales basées sur l'art-thérapie (techniques propres au théâtre et à la "marionnettique")
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	2500 euros



# Efficacité professionnelle

## Animer une équipe

EFCREU

<b>Objectif</b>	<b>Fixer des objectifs à ses équipes, les accompagner vers le changement et créer des élans de motivation pour améliorer les performances individuelles et collectives</b>
Programme	<p>1- Mettre en place des références communes avec son équipe Connaître les différents styles de management : directif, persuasif, participatif ou déléguatif. Trouver son propre style de management. Définir ses forces et ses axes de progrès. Adapter son management au contexte et aux personnalités. Découvrir la notion de leadership situationnel. Formaliser des objectifs communs : définir les objectifs et niveaux de performances correspondants (objectifs SMART). Communiquer, suivre et contrôler les objectifs fixés aux individus et à l'équipe. Travaux pratiques Etudes de cas et réflexion collective sur le leadership d'un manager.</p> <p>2- Animer son équipe Situer le rôle de l'équipe dans l'entreprise : vision, stratégie, ressources... Développer son image de leader : utiliser son intelligence émotionnelle, savoir communiquer en public, savoir s'adapter. Intégrer avec succès les nouveaux venus dans l'équipe : accueil et mise en confiance. Gérer les personnalités difficiles : les différents types de personnalités et de comportements. Favoriser la prise de parole et reconnaître les initiatives. Savoir les canaliser et les utiliser à bon escient. Faire accepter les changements et lever les freins, les résistances individuelles et collectives. Travaux pratiques Mise en situations filmées et débriefées : animation de réunions d'équipe avec divers types de collaborateurs (faciles, difficiles).</p> <p>3- Savoir communiquer Communiquer des directives : structurer sa pensée et ses idées, s'approprier les décisions et les exposer clairement. Savoir positiver les imprévus. Etre convaincant : impliquer son auditoire et argumenter pour persuader. Traiter les objections : savoir s'appuyer sur elles pour faire valoir son point de vue. Communiquer sur des points négatifs : recadrer sans démotiver, annoncer des mauvaises nouvelles et gérer un désaccord. Travaux pratiques Exercices filmés de communication.</p> <p>4- Réussir des négociations gagnant-gagnant Opter pour une stratégie fondée sur le consensus : la notion de positions de vie. Découvrir la vision du collaborateur : écoute spontanée, écoute active, questionnement et reformulation. Elaborer un argumentaire personnalisé, adapter sa réponse à son interlocuteur. Exercices de négociation : identification de ce qui est négociable et de ce qui ne l'est pas, repérage des enjeux réels...</p>





	<p>5- Créer la confiance</p> <p>Faire partager sa vision et ses valeurs : distinctions vision/valeurs et mise en cohérence des deux. Donner au groupe les moyens d'agir, être fournisseur de ressources. Développer la créativité de son équipe : brainstorming et autres méthodes de développement de la créativité. Sortir des logiques individuelles au profit du teambuilding : cohésion et esprit d'équipe.</p> <p>Travaux pratiques</p> <p>Etude de cas et réflexion collective autour de la construction de l'appartenance à une équipe.</p> <p>6- Utiliser les leviers de la motivation</p> <p>Prendre en compte les besoins individuels et trouver les leviers de motivation de ses collaborateurs. Adopter un mode de communication adapté à chaque type de collaborateur. Créer une ambiance stimulante : célébrer les événements et les succès. Positiver les changements. Proposer des outils concrets : avantages, primes, promotions, projets, conditions de travail...</p> <p>Travaux pratiques</p> <p>Les participants repèrent les causes de motivation, démotivation, non-motivation dans leur équipe. Identification et propositions de mise en place d'outils pour y remédier.</p> <p>7- Oser déléguer</p> <p>Comprendre et cerner les enjeux de la délégation : donner du pouvoir tout en gardant la responsabilité des actions. Savoir ce qui peut être délégable et ce qui ne peut pas l'être. Distinguer déléguer et faire exécuter. Responsabiliser ses collaborateurs par la délégation : à qui déléguer ? Communiquer et accompagner la délégation : l'entretien de délégation, l'adhésion du délégataire. Piloter la délégation : élaborer un échéancier de vérification et garder la main sur le planning</p> <p>Travaux pratiques</p> <p>Mise en situation : mise en place d'une délégation, entretien de délégation et suivi des actions.</p>
Durée	2 jours
Prérequis	Aucun
Public	Tout responsable d'équipe souhaitant créer une dynamique de groupe et des élans de motivation individuels et collectifs pour booster les résultats
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	1200 euros



# Efficacité professionnelle

## Mieux gérer son stress au travail

EFGESTR

<b>Objectif</b>	<b>Se dégager du stress inutile et convertir le stress inévitable en moteur de son efficacité</b> <b>Analyser et prendre du recul sur son propre comportement en situation de stress</b> <b>Expérimenter et s'approprier des outils de gestion du stress</b>
<b>Programme</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Comprendre son fonctionnement en situation de stress identifier les facteurs de stress comprendre le processus biologique du stress analyser ses réactions et ses limites face au stress repérer ses propres signaux d'alarme en amont Autodiagnostic : connaître son mode de fonctionnement en situation de stress</li><li>2. Savoir lutter contre le stress : méthodes et outils apprendre à respirer et à se relaxer maîtriser ses émotions adopter une attitude sereine et positive être à l'écoute de ses besoins prévenir son stress par un mode de vie adapté Cas pratique : maîtriser son stress</li><li>3. Surmonter le stress au travail analyser ses facteurs de stress au travail : conflits, changements, surmenage... prendre conscience de l'impact du stress sur son travail et celui de son entourage savoir s'adapter pour affronter les situations difficiles Jeux de rôle : communiquer et agir en situation de stress</li><li>4. Convertir le stress en moteur de son efficacité réagir pour ne pas se laisser paralyser par le stress mettre l'énergie produite par le stress au service de son action capitaliser son expérience et faire du stress une source de progrès Plan d'actions : concevoir un plan d'actions personnel pour convertir son stress en moteur d'efficacité</li></ol>
<b>Durée</b>	2 jours
<b>Prérequis</b>	Aucun
<b>Public</b>	Toute personne désirant exploiter plutôt que subir les pressions auxquelles elle est soumise - Toute personne désirant travailler à son équilibre professionnel et personnel pour améliorer son efficacité
<b>Méthode pédagogique</b>	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
<b>Prix Inter</b>	1200 euros



<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, le stagiaire saura se positionner, communiquer de façon non violente afin d'anticiper et de gérer toute situation potentiellement conflictuelle</b>
<b>Programme</b>	<p>1- Comprendre les différents types de conflits et leurs mécanismes</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Cerner les causes potentielles des conflits</li><li>• Détecter les étapes du conflit : de la divergence à l'affrontement.</li><li>• Reconnaître un conflit quand il apparaît : typologie des désaccords et facteurs aggravants</li><li>• Comprendre le fonctionnement psychologique de l'individu pour mieux gérer le conflit</li></ul> <p>Partage d'expériences : les situations conflictuelles le plus fréquemment rencontrées au sein d'une équipe</p> <p>2- Autodiagnostic : son comportement face à un conflit Situer le rôle du manager</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Définir le rôle de la hiérarchie : arbitre ou médiateur</li><li>• Prendre du recul pour analyser avec lucidité et gérer ses émotions</li><li>• Le manager au cœur du conflit : définir un plan d'action de sortie de " crise "</li><li>• Gérer l'après-conflit pour restaurer un climat de confiance dans l'équipe</li></ul> <p>Mise en situation : à partir de situations types, recherche et expérimentation du meilleur scénario de résolution du conflit</p> <p>3- Anticiper et prévenir les conflits</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Repérer les signaux d'alerte : physiques, verbaux, comportementaux</li><li>• Comprendre ce qui sous-tend le conflit : causes organisationnelles, interpersonnelles...</li><li>• Comprendre la nature des conflits : intérêts, valeurs, personnalités, quiproquos...</li><li>• Minimiser le risque d'apparition des différends : bonnes pratiques managériales et attitudes à proscrire</li><li>• Maîtriser les techniques de communication pour prévenir les conflits</li></ul> <p>Mise en situation : expérimentation des attitudes favorisant un bon climat dans l'équipe</p> <p>4- Décoder le conflit grâce à l'écoute et au questionnement Pratiquer l'écoute active pour délimiter les enjeux du conflit</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Décrypter les propos de son interlocuteur avec le métamodèle</li><li>• Repérer les émotions en présence et identifier les besoins, les attentes</li></ul> <p>Exercice d'application : décodage des émotions et des besoins liés sur des cas apportés par les participants et sur des vidéos d'entraînement</p> <p>Résoudre un conflit</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Bien analyser la situation pour choisir la meilleure stratégie</li><li>• Prendre en compte les aspects émotionnels pour apaiser un interlocuteur réactif</li><li>• Désamorcer les attitudes "manipulatrices"</li><li>• Gérer les comportements de violence</li><li>• Privilégier une négociation gagnant/gagnant</li></ul> <p>Mise en situation : expérimentation des comportements et stratégies les mieux adaptés en cas d'agressivité, de manipulation, d'évitement</p> <p>Utiliser les outils de la médiation</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Définir et cadrer le périmètre de la médiation</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprendre l'intérêt des entretiens individuels</li> <li>• Ouvrir la séance de médiation</li> <li>• Accompagner les parties dans la recherche d'une solution gagnant-gagnant</li> <li>• Conclure la médiation et gérer l'après conflit</li> </ul> <p>Exercice d'application : accompagnement dans la recherche d'un accord et d'un plan d'action</p>
Durée	3 jours sur 3 mois
Prérequis	Aucun
Public	Toute personne, cadre et non cadre en contact direct avec autrui (salariés, client...) et souhaitant désarmer toute situation conflictuelle
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	2000 euros



# Effacité professionnelle

## Techniques de communication interpersonnelle / niveau 1 Bases

EFTCINT1

<b>Objectif</b>	<b>Acquérir les bases pour mieux gérer sa communication avec autrui et dans sa vie professionnelle</b> <b>Identifier son style de communication</b> <b>Ajuster sa communication en l'adaptant face aux différentes situations rencontrées</b>
Programme	Les fondamentaux de la communication intersubjective L'art de communiquer Quel est son style de communication Identifier ses facteurs de stress pour mieux les gérer Le triangle dramatique Entre empathie et assertivité, savoir dire non Bases de la PNL, Analyse transactionnelle, Analyse Systémique Initiation à la communication non violente
Durée	2 jours
Prérequis	Aucun
Public	Toute personne souhaitant avoir des clefs pour comprendre les interactions entre les individus et mieux gérer sa communication au quotidien
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	1040 euros



# Efficacité professionnelle

## Techniques de communication interpersonnelle / niveau 2 Moyen

EFTCINT2

<b>Objectif</b>	<b>Mieux gérer les relations avec ses différents interlocuteurs dans sa vie professionnelle.</b> <b>Anticiper, prévenir et adapter ses réactions.</b> <b>Comprendre les comportements de ses interlocuteurs et s'y adapter.</b> <b>Renforcer la coopération</b>
<b>Programme</b>	Première partie 1 "L'assertivité" pour s'affirmer Développer des attitudes positives avec son entourage professionnel. Oser s'affirmer. Exprimer une critique constructive. 2 "L'écoute active" pour créer le contact Se mettre en phase avec les interlocuteurs. Gagner leur confiance. 3 Gérer mieux son "stress" et retrouver son énergie Comprendre le stress et repérer ses stressés. Identifier ses signaux d'alerte et répondre à ses besoins. Pratiquer des techniques simples de relaxation. 4 Activité(s) autour de l'intelligence émotionnelle Deuxième partie 1 "Les positions de vie" pour établir la coopération Repérer et dépasser ses limites. Trouver la juste position vis-à-vis des autres. 2 "L'Élément B" pour réussir sa relation aux autres Approfondir son niveau d'ouverture et d'écoute. Donner et recevoir des feed-back. 3 "La stratégie d'objectif" pour se programmer à réussir Clarifier ses objectifs. Mettre en place ses stratégies gagnantes
<b>Durée</b>	2 jours
<b>Prérequis</b>	Bases de la PNL, CNV, AT
<b>Public</b>	Toute personne ayant effectué une formation de base sur la communication intersubjective et souhaitant développer ses compétences
<b>Méthode pédagogique</b>	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
<b>Prix Inter</b>	1040 euros



# Efficacité professionnelle

## Techniques de communication interpersonnelle / niveau 3 Expert

EFTCINT3

<b>Objectif</b>	<b>Mobiliser ses ressources et les développer pour les rendre efficaces au quotidien.</b> <b>Eclairer les zones de dysfonctionnement quelles qu'elles soient (relationnelles, comportementales, psychologiques, professionnelles, personnelles...).</b> <b>Faire face aux événements imprévus et aux sollicitations pressantes et répétées, voire agressives de l'environnement.</b> <b>Accompagner vers le changement (pour soi-même et pour autrui)</b>
Programme	L'origine du stress. - Nous et nos fonctionnements internes. - La mécanique du stress. - Les différents niveaux de stress. - Développer la conscience de ses émotions. - Expression assertive des sentiments. - Distinguer les enjeux et éviter les conflits. - Valeurs, objectifs et attitudes résistances au stress. - Economiser et fabriquer de l'énergie. - Découvrir et travailler ses points forts. - Comment s'en sortir ? - Le compromis réaliste et la négociation dans la vie quotidienne, entre deux désirs légitimes. - Réduction du stress au travail par une meilleure organisation. - Méthode simple en 10 points d'une bonne gestion du stress au travail. - Se situer dans le changement - Mettre en évidence ses freins personnels et le vivre comme une opportunité, - Comment faire accepter le changement - Identifier les points d'appui pour réussir et définir un plan d'action. - Bilan, évaluation, enseignements tirés de la formation et contrats personnels d'amélioration.
Durée	2 jours
Prérequis	Pratique de l'AT, CNV, PNL..
Public	Toute personne souhaitant devenir expert en communication interpersonnelle et ayant effectué une formation d'approfondissement de niveau 2
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	1040 euros



# Effacité professionnelle

## Accompagnement à la gestion de crise et à la médiation

EFACCRIS

<b>Objectif</b>	<b>Accompagner d'une manière originale et efficace la résolution des différents</b> <b>Définir le cadre de la médiation et poser des repères durables</b> <b>Créer et maintenir un contexte favorable aux échanges</b> <b>Gérer la prise de parole</b> <b>Accompagner la prise de parole et la canaliser</b> <b>Reprendre la parole et l'art de la synthèse</b> <b>Accompagner la recherche de la solution</b> <b>Anticiper la surenchère conflictuelle</b> <b>Aider à réfléchir</b> <b>Anticiper les comportements d'une personne en conflit</b> <b>Favoriser la dynamique contributive des parties.</b>
Programme	<p>1- La communication</p> <p>Introduction à la communication</p> <p>La communication non verbale</p> <p>Les modèles de communication</p> <p>L'écoute active</p> <p>Comprendre les mécanismes conflictuels</p> <p>Définition du conflit</p> <p>Les styles de conflit</p> <p>Le comportement conflictuel</p> <p>L'escalade des conflits</p> <p>L'agressivité et la violence, les sentiments et les émotions</p> <p>Les réflexes de défense inappropriés</p> <p>Comment sortir de la crise ?</p> <p>La médiation/conciliation</p> <p>Définition et philosophie</p> <p>Médiation / Arbitrage / Négociation</p> <p>La recherche du compromis</p> <p>Les outils de la médiation</p> <p>Le processus de la médiation</p> <p>Comment créer les conditions favorables à la médiation ?</p> <p>2- Gérer la situation conflictuelle</p> <p>Aborder le différent : les mots pour ouvrir le dialogue et susciter la confiance</p> <p>Comprendre la situation : les questions pour bien poser le problème, comprendre les intérêts et les besoins</p> <p>Du jugement aux ressentis : les personnes et leur émotions</p> <p>Faire accepter la démarche de médiation : le processus</p> <p>Mettre en pratique la médiation</p> <p>Faire le choix du professionnalisme</p> <p>Rechercher le compromis et valider les accords</p> <p>Le médiateur</p> <p>La structure de la personnalité ; le rôle de facilitateur, catalyseur</p>





	L'analyse transactionnelle L'affirmation de soi Le médiateur idéal Le code d'éthique et de déontologie Simulation filmée d'une médiation en entreprise Discussion et débat ouvert
Durée	Nous Consulter
Prérequis	Aucun
Public	
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	Nous consulter



# Efficacité professionnelle

## Accompagnement au changement dans le cadre de la mise en place d'un projet d'entreprise

EFAACCHANG

<b>Objectif</b>	<b>Savoir donner au projet une visée mobilisatrice pour poser son leadership</b> <b>Acquérir des outils et des méthodes pour faciliter et réguler les échanges</b> <b>Comprendre les mécanismes de la communication afin de canaliser et consolider les informations</b> <b>Développer sa propre stratégie de gestion de la communication pour faire face aux pressions professionnelles</b>
<b>Programme</b>	<p>JOUR 1</p> <p>Organiser la communication de son projet Les fondamentaux de la communication (donner du sens et de la vision). Cartographier les acteurs de la communication projet ; maîtriser les relations avec tous les intervenants internes et externes</p> <p>Organiser la communication : répartition des rôles et responsabilité, négociation et contractualisation des engagements.</p> <p>Le plan de communication projet Positionner la communication projet dans l'entreprise Capacité du chef de projet à obtenir un « sponsorship » efficace de la direction de l'entreprise Positionner les enjeux du projet dans la stratégie de l'entreprise et communication afférente Pratiquer la communication projet au quotidien Gérer le contact avec les « Clients » du projet Rechercher l'adhésion des acteurs, savoir les impliquer, les engager pour la réussite du projet Gérer les relations avec sa propre hiérarchie et avec la hiérarchie des intervenants dans l'affaire La communication formelle, la communication informelle Savoir déléguer</p> <p>JOUR 2</p> <p>De la régulation des échanges au pilotage de projet Les outils de clarification : note de cadrage cahier des charges Les outils de réunion d'avancement, revues de projets Donner de la visibilité sur son projet : reportings, tableaux de bord. Adopter les solutions collaboratives répondant aux enjeux et aux usages : réseaux sociaux d'entreprise, wiki (centre documentaire, communautés, networking, interactivité) Adapter sa communication au besoin Adapter sa communication tout au long du projet. Dans les projets complexes : aller à l'essentiel avec les méta-règles, rapprocher les gens avec les organisations plateau, utiliser la communication visuelle avec les OBEYA ROOM. Evolution de la communication entre concepteur et utilisateurs : concertation et co-conception sur un projet, les méthodes agiles (SCRUM...).</p> <p>Communication et conduite du changement Conclusion</p>



	Quels sont les enjeux pour les projets de mon entreprise ? Quels sont les éléments à retenir pour mon entreprise ?
Durée	Nous Consulter
Prérequis	Aucun
Public	Toute pesonne souhaitant mettre en place un processus de changement et éprouvant des difficultés personnelle et professionnelle
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	Nous consulter



# Commercial / marketing

## Réussir ses entretiens de vente

COMDV

<b>Objectif</b>	<b>Maîtriser toutes les phases de l'entretien de vente et les outils.</b> <b>Devenir persuasif et convaincant.</b> <b>Savoir répondre aux objections.</b>
Programme	<p>1- Se préparer efficacement à l'entretien de vente Définir des objectifs quantifiés, réalistes et ambitieux. Atelier individuel : préparer un argumentaire percutant. Boîte à outils : questions à se poser, check-list de préparation.</p> <p>2- Séduire dès les premières minutes de l'entretien Maîtriser les impacts de sa communication non verbale et susciter une appréciation positive et durable. Atelier collectif : comment débiter ? Cerner son client en 3 min : les profils couleurs. Créer un climat de confiance et d'échange. Entraînement : simulations filmées.</p> <p>3- Mener un entretien gagnant Découvrir les besoins et motivations du client. Pratiquer l'écoute active. Argumenter par les bénéfices clients. Boîte à outils : écoute active, « Les Échelons des Besoins du Client ». Pratiquer les questionnements méthodiques. Atelier collectif : prendre la posture de vendeur conseil. Sortir des schémas conventionnels. Oser annoncer et défendre son prix. Atelier collectif : comment rebondir sur les objections client ? Boîte à outils : méthode ARE de traitement des objections. Entraînements : simulations en situation recomposée</p> <p>4- Conclure la vente et envisager l'après-vente Détecter les signaux d'achat. Boîte à outils : techniques de closing. Boîte à outils : outils de suivi client</p>
Durée	2 jours
Prérequis	Aucun
Public	Tout vendeur en contact direct (téléphone ou bface à face) et éprouvant des difficultés à susciter le besoin
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	1100 euros



# Commercial / marketing

## Développer la démarche commerciale / Comment s'approprier son identité commerciale

COMDEV

Objectif	Elaborer sa stratégie commerciale pour répondre à ses objectifs et trouver des élans de motivation pour les atteindre
Programme	<p>1- Développer sa performance commerciale Analyse de la pratique au quotidien, des freins Reflexion sur l'optimisation de sa démarche commerciale en lien avec ses croyances Vendre plus, mieux et plus vite de façon écologique en raccord avec soi-même et les objectifs fixés et attendus</p> <p>2- Optimiser son efficacité commerciale au quotidien : centrer son activité commerciale sur les axes prioritaires, organiser son temps de commercial, utiliser les réseaux sociaux pour élargir sa clientèle. Gagner en aisance et en impact relationnel : trouver son style de commercial, valoriser son image et doper son impact personnel, s'adapter à l'autre, même dans les situations difficiles.</p> <p>3- Réussir ses négociations Conduire efficacement ses négociations en lien avec la notion de sens Maîtriser les techniques de négociation : règles d'or, pièges, équilibre des pouvoirs... Utiliser les outils : préparation, logique intégrative, Business review... Progresser par l'entraînement : préparer, s'entraîner, débriefefer...</p> <p>4- Prendre de la hauteur sur l'acte de négociation Elaborer sa stratégie de négociation Construire son business plan Le piloter par un lobbying efficace</p> <p>5- Utiliser ses compétences relationnelles au mieux en toutes circonstances Enrichir sa communication interpersonnelle pour renforcer sa négociation commerciale Travailler l'effet produit dans la relation Dépasser les conflits Développer sa confiance en soi</p>
Durée	3 1/2 journées
Prérequis	Connaissance et expérience dans la commercialisation
Public	Tout commercial confirmé éprouvant des difficultés à réaliser ses objectifs et en quête de sens
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	1100 euros



# Tourisme

## Aptitude professionnelle des opérateurs de voyages et de séjours

TOURAPTO

<b>Objectif</b>	<b>Repérer et identifier les compétences fondamentales d'un opérateur de voyages grâce à un parcours de six modules de formation et à une application d'un mois en entreprise.</b>
Programme	1- Environnement professionnel 2- Anglais du tourisme 3- Droit du tourisme, marketing, vente, construction de voyages et référencement internet 4- Initiation aux logiciels professionnels 5- Comptabilité, gestion et droit du tourisme 6- Culture produits 7- Stage pratique d'un mois minimum (160 h. minimum réparties sur 4 semaines) chez un opérateur de voyages immatriculé.
Durée	300 heures ( Module 1 : 14h - Module 2 : 10h30 - Module 3 : 63h - Module 4 : 10h30 - Module 5 : 28h - Module 6 : 14h) dont 140h de stage
Prérequis	Bonne expression française, avoir négocié son stage en amont
Public	Tout publics ayant un projet d'ouverture d'agence dans le secteur du tourisme, demandeurs d'emploi, salariés et auditeurs libres.
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	2000 euros



# Tourisme

## Comprendre le marché du tourisme pour promouvoir et commercialiser des produits spécifiques

TOURMAR

<b>Objectif</b>	<b>Mettre en place une stratégie de commercialisation de ses produits en lien avec la cible visée, Réajuster ses produits et ses ventes en fonction de la clientèle existante ou à venir.</b>
Programme	<p>1- Cadrage de la problématique : Rappel des chiffres clés dans le secteur du tourisme L'approche client : focus sur les différents éléments qui entrent en ligne de compte dans le processus d'achat de produits touristiques (processus d'achat du client d'aujourd'hui, vision globale, la cible, internet...).</p> <p>2. Les fondamentaux du marketing pour vendre : La nécessaire alchimie entre positionnement marketing et rapport « qualité/prix ». La connaissance de ses clientèles et de son environnement. La définition d'une stratégie en terme de couple « Produit/Marché ».</p> <p>3. Le cadre juridique et technique de la vente dans le secteur : Le cadre juridique applicable à tout professionnel du tourisme qui vend en ligne. Le cadre juridique de la vente de forfait touristique (séjour, package...) Les différents modes de paiement possibles sur Internet et sur mobile et les différences en termes d'usages sur les différents marchés européens.</p> <p>4. L'approche filière : la commercialisation. Les spécificité du tourisme : Etat des lieux de la filière en matière de ventes La commercialisation multicanal et en face à face Bonnes pratiques en matière de distribution Les principaux outils du marché Les facteurs clés de succès.</p> <p>En synthèse : Les leviers de développement des ventes en direct Les fondamentaux (illustrations et bonnes pratiques) : la qualité d'un site web. le référencement et visibilité sur le web. la GRC et les actions de fidélisation. la prescription (en local notamment). Les médias sociaux (illustrations et bonnes pratiques) : Les sites d'avis pour gérer sa e-réputation. Les blogs et forums pour développer du trafic ciblé. Les sites de partage pour séduire et promouvoir son activité. Facebook et Twitter pour fidéliser sa clientèle et promouvoir son activité.</p>



	<p>5- Les choix de commercialisation</p> <p>Les différentes logiques de commercialisation (vendeur, organisateur ou agrégateur) : Avantages et inconvénients de chacune des logiques.</p> <p>Panorama des différentes solutions</p> <p>Implications techniques, humaines et financières de chacune sur la base d'exemples concrets.</p> <p>Les critères d'analyse essentiels :</p> <p>Pertinence du territoire concerné (notoriété, volume d'offre ....).</p> <p>Analyse du contexte local : méthodologie d'un diagnostic de territoire sous l'angle commercialisation de produits et dérivés touristiques, interprétation et analyse sur la base d'exemples concrets.</p> <p>6- Echanges autour des problématiques de la commercialisation de l'offre touristique.</p>
Durée	2 jours
Prérequis	Aucun
Public	Toute personne travaillant dans la vente en lien avec le secteur du tourisme et souhaitant adapter ses produits à sa cible pour augmenter son chiffre d'affaire
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	1040 euros





# Tourisme

## Médiation et valorisation du patrimoine et des traditions locales

TOURVAL

<b>Objectif</b>	<b>Comprendre et utiliser les traditions locales pour renouveler les animations touristiques et évènementielles.</b>
Programme	Connaître les principales sources d'information sur les traditions authentiques Elaborer des scénarios d'animations originaux, inspirés des traditions du terroir. Mettre en place des thèmes de communication apportant accroche et crédibilité
Durée	2 jours
Prérequis	Aucun
Public	Toute personne travaillant dans le secteur du tourisme et évènementiel
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	1040 euros



# Anglais

## Mener un entretien de vente en anglais en face à face ou au téléphone

ANGVENT

<b>Objectif</b>	<b>Mener un entretien de vente en anglais en face à face ou à distance en tenant compte de l'interculturalité</b>
Programme	Préparation de la négociation, formulation des idées et arguments, Faire préciser l'idée de son interlocuteur, développer un argumentaire, Convaincre son interlocuteur, traiter les objections et les critiques, Conclure la discussion, formuler des possibilités menant à un consensus.
Durée	3h
Prérequis	Anglais scolaire
Public	Toute personne menant des entretiens de vente en allemand et souhaitant se perfectionner, ou souhaitant acquérir les bases du vocabulaire pour mener une action de négociation dans une langue étrangère
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	250 euros



# Anglais

## Conduite d'un entretien de recrutement en anglais

ANGREC

<b>Objectif</b>	<b>Maîtriser un minimum le champ lexical et gagner en vocabulaire, Préparer un entretien d'embauche en anglais, Développer la confiance en soi</b>
Programme	Les différents types d'entretien Le niveau requis lors d'un entretien en anglais Décrire votre parcours professionnel en anglais Les « hobbies », un sujet parfois abordé en anglais Simulation et entraînements avec expert de langue maternelle anglaise Le test écrit en anglais
Durée	3h
Prérequis	Anglais scolaire
Public	Toute personne désireuse de postuler à l'international et souhaitant se préparer aux entretiens d'embauche à venir en anglais
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	250 euros



# Italien

## Conduite d'un entretien de recrutement en italien

ITREC

<b>Objectif</b>	<b>Maîtriser un minimum le champ lexical et gagner en vocabulaire</b> <b>Préparer un entretien d'embauche en italien</b> <b>Développer la confiance en soi</b>
Programme	Les différents types d'entretien Le niveau requis lors d'un entretien en italien Décrire votre parcours professionnel en italien Les « hobbies », un sujet parfois abordé en italien Simulation et entraînements avec expert de langue maternelle italienne Le test écrit en italien
Durée	3h
Prérequis	Italien scolaire
Public	Toute personne désireuse de postuler à l'international et souhaitant se préparer aux entretiens d'embauche à venir en italien
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	250 euros



# Italien

## Mener un entretien de vente en italien face à face ou au téléphone

ITVENT

<b>Objectif</b>	<b>Mener un entretien de vente en italien en face à face ou à distance en tenant compte de l'interculturalité</b>
Programme	Préparation de la négociation, formulation des idées et arguments, Faire préciser l'idée de son interlocuteur, développer un argumentaire, Convaincre son interlocuteur, traiter les objections et les critiques, Conclure la discussion, formuler des possibilités menant à un consensus.
Durée	3h
Prérequis	Italien scolaire
Public	Toute personne menant des entretiens de vente en italien et souhaitant se perfectionner, ou souhaitant acquérir les bases du vocabulaire pour mener une action de négociation dans une langue étrangère
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	250 euros



# Espagnol

## Mener un entretien de vente en espagnol en face à face ou au téléphone

ESPVENT

<b>Objectif</b>	<b>Mener un entretien de vente en espagnol à distance en tenant compte de l'interculturalité</b>
Programme	Préparation de la négociation, formulation des idées et arguments, Faire préciser l'idée de son interlocuteur, développer un argumentaire, Convaincre son interlocuteur, traiter les objections et les critiques, Conclure la discussion, formuler des possibilités menant à un consensus.
Durée	3h
Prérequis	Espagnol scolaire
Public	Toute personne menant des entretiens de vente en espagnol et souhaitant se perfectionner, ou souhaitant acquérir les bases du vocabulaire pour mener une action de négociation dans une langue étrangère
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	250 euros



# Espagnol

## Conduite d'un entretien de recrutement en espagnol

ESPREC

Objectif	Maîtriser un minimum le champ lexical et gagner en vocabulaire entretien d'embauche en espagnol	Préparer un Développer la confiance en soi
Programme	Les différents types d'entretien niveau requis lors d'un entretien en espagnol Décrire votre parcours professionnel en espagnol Les « hobbies », un sujet parfois abordé en espagnol Simulation et entraînements avec expert de langue maternelle espagnole Le test écrit en espagnol	
Durée	3h	
Prérequis	Espagnol scolaire	
Public	Toute personne désireuse de postuler à l'international et souhaitant se préparer aux entretiens d'embauche à venir en espagnol	
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants	
Prix Inter	250 euros	



# Allemand

## Mener un entretien de vente en allemand en face à face ou au téléphone

ALLVENT

<b>Objectif</b>	<b>Maitriser l'entretien de vente en allemand en face à face ou au téléphone en tenant en compte l'interculturalité</b>
Programme	Préparation de la négociation, formulation des idées et arguments, Faire préciser l'idée de son interlocuteur, développer un argumentaire, Convaincre son interlocuteur, traiter les objections et les critiques, Conclure la discussion, formuler des possibilités menant à un consensus.
Durée	3h
Prérequis	Allemand scolaire
Public	Toute personne menant des entretiens de vente en allemand et souhaitant se perfectionner, ou souhaitant acquérir les bases du vocabulaire pour mener une action de négociation dans une langue étrangère
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	250 euros





# Allemand

## Conduite d'un entretien de recrutement en allemand

ALLREC

Objectif	Maîtriser un minimum le champ lexical et gagner en vocabulaire entretien d'embauche en allemand	Préparer un Développer la confiance en soi
Programme	Les différents types d'entretien niveau requis lors d'un entretien en allemand Décrire votre parcours professionnel en allemand Les « hobbies », un sujet parfois abordé en allemand Simulation et entraînements avec expert de langue maternelle allemande Le test écrit en allemand	
Durée	3h	
Prérequis	Anglais scolaire	
Public	Toute personne désireuse de postuler dans des pays germaniques et souhaitant se préparer aux entretiens d'embauche à venir en allemand	
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants	
Prix Inter	250 euros	



# Recouvrement de créances

## Perfectionner ses actions de relance clients

RECPERF

<b>Objectif</b>	<b>Renforcer sa proactivité vis-à-vis de ses clients internes pour accélérer la résolution de litiges</b> <b>Développer l'efficacité d'une approche globale de recouvrement orienté sur la satisfaction client et mener des négociations "gagnant/gagnant"</b> <b>Vendre des moyens de paiement</b> <b>Rédiger d'e-mails efficaces et suivre les effets</b> <b>S'affirmer en toutes circonstances et savoir gérer les priorités dans ses tâches</b>
<b>Programme</b>	Journée 1 : Développer l'efficacité avec la chaîne de services internes pour Accélérer la résolution des litiges et la production de cash Rédiger des e-mails efficaces Maîtriser les circuits décisionnels de la chaîne de paiement des clients Journée 2 : Quizz sur journée 1 Prendre en compte le facteur humain et négocier en fonction du profil de son interlocuteur La gestion des interlocuteurs "difficiles" Organiser son temps de travail pour améliorer la performance
<b>Durée</b>	2 jours
<b>Prérequis</b>	Aucun
<b>Public</b>	Chargé de recouvrement, crédit managers, commerciaux, collaborateurs ADV, gestionnaires de comptes clients
<b>Méthode pédagogique</b>	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
<b>Prix Inter</b>	1040 euros



# Recouvrement de créances

Procédures civiles : Traiter un dossier de surendettement, gérer une procédure judiciaire pour un particulier.

REPCIV

<b>Objectif</b>	<b>Découverte et maîtrise du surendettement en France</b> <b>Découverte et maîtrise des procédures judiciaires civiles</b> <b>Découverte et maîtrise des différentes voies d'exécution</b>
Programme	Journée 1 : Le surendettement des particuliers Le surendettement en France : quelques chiffres La commission de surendettement et son fonctionnement L'ouverture de la procédure et recevabilité La procédure classique Le plan conventionnel de redressement Les mesures imposées ou recommandées La procédure de rétablissement personnel Les non-respects de plan Cas pratique : exercices et jeux de rôle surendettement Journée 2 : Les procédures civiles Quizz sur le surendettement La mise en demeure L'huissier de justice et l'avocat Le titre exécutoire L'injonction de payer L'assignation en paiement Le chèque impayé L'injonction de payer, Le référé Cas pratique : rédaction d'une lettre de mise en demeure et jeu de rôle sur les procédures civiles Journée 3: Les voies d'exécution Quizz sur les procédures civiles Les principes généraux des voies d'exécution Les saisies : saisie – attribution, saisie des rémunérations, saisie – vente Les mesures conservatoires Cas pratiques : jeu de rôle voies d'exécution
Durée	3 jours
Prérequis	Aucun
Public	Chargé de recouvrement, collaborateurs juridiques, gestionnaires contentieux
Méthode pédagogique	Apport théorique Exercices ciblés Mise en situation Exercices pratiques
Prix Inter	2400 euros



# Recouvrement de créances

## Le recouvrement au téléphone

RECTEL

<b>Objectif</b>	<b>Savoir préparer, conduire et suivre les entretiens téléphoniques de recouvrement pour gagner en efficacité</b> <b>Identifier la cause réelle du retard de paiement et anticiper les risques de non-règlement, communiquer des informations factuelles sur les clients au crédit manager</b> <b>Compléter le professionnalisme existant par l'acquisition de nouvelles compétences pour gagner en efficacité et donc en performance dans sa communication avec le client</b> <b>Accélérer les règlements des clients grâce aux relances et/ou réduire sa DSO</b>
<b>Programme</b>	Journée 1 : Bien recouvrer c'est bien communiquer Quelques techniques de recouvrement Mise en pratique : jeux de rôles Journée 2 : Quizz sur journée 1 Les différentes typologies de débiteurs Identifier mon profil de communication Mise en pratique : jeux de rôles enregistrés
<b>Durée</b>	2 jours
<b>Prérequis</b>	Aucun
<b>Public</b>	Chargé de recouvrement, collaborateurs juridiques, gestionnaires contentieux
<b>Méthode pédagogique</b>	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
<b>Prix Inter</b>	1040 euros



# Management

## Prise de fonction des nouveaux managers

MANNEW

<b>Objectif</b>	<b>S'approprier les outils fondamentaux du management</b> <b>Gérer efficacement les situations quotidiennes de management</b> <b>Développer son leadership</b>
<b>Programme</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Les compétences clés du manager communicateur animateur-régulateur décideur négociateur d'objectifs développeur de compétences organisateur promoteur de sens Atelier : échanges et réflexions autour des compétences clés du manager</li><li>2. Connaître son style de management comprendre les différents styles de management identifier son propre style adapter le bon mode managérial en fonction de chaque collaborateur Autodiagnostic : connaître son style de management</li><li>3. Les premiers actes de management analyser le contexte rencontrer et écouter l'équipe définir ses règles du jeu se présenter et présenter ses attentes créer un environnement positif se positionner vis-à-vis d'anciens collègues Jeux de rôle : se présenter et définir les règles du jeu</li><li>4. Les outils du management fixer des objectifs pertinents identifier les moyens nécessaires définir son tableau de bord déléguer pour créer l'implication susciter la motivation : écouter, valoriser, reconnaître mettre en place une stratégie de communication Exercice de synthèse : rédiger son plan d'actions individuel INTERSESSION Chaque participant met en application son plan d'actions individuel sur son lieu de travail. Cette expérience de pratique sur le terrain des acquis de la formation permet à chacun de progresser plus vite et plus concrètement sur la deuxième partie de la formation</li><li>5. Animer la vie de l'équipe entretenir une ambiance de travail positive entendre les besoins promouvoir les réalisations collectives et individuelles être reconnaissant au bon moment Exercice pratique : faire vivre son équipe</li></ol>



	<p>6. Désamorcer les situations de conflit</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>anticiper les tensions</li> <li>décoder les situations sensibles</li> <li>prendre le temps de communiquer</li> <li>permettre la libre expression</li> <li>accepter les remises en question</li> <li>savoir dire non</li> <li>prendre des décisions difficiles</li> <li>rester juste en toutes circonstances</li> </ul> <p>Mise en situation : traiter différentes situations de tension</p>
Durée	3 jours
Prérequis	Aucun
Public	Tout manager prenant ses fonctions ou les ayant prises récemment
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	1500 euros



# Management

## Management d'équipe et intégration

MANEQ

Objectif	<b>Maîtriser les outils et leurs méthodes d'utilisation pour manager une équipe</b> <b>Savoir intégrer de nouveaux membres à l'équipe</b>
Programme	1 - S'affirmer en qualité de manager Identifier et s'appuyer sur ses points forts Communiquer de manière adaptée Comportements à développer 2 - Susciter la prise d'initiatives Créer un climat de confiance Savoir accueillir et accompagner les initiatives Poser un cadre précis 3 - Faire appliquer une décision 4 -Savoir formuler une critique Ne pas réagir à chaud Préparer les propos Rester ouvert au dialogue 5 - Trouver le juste milieu avec l'équipe Être directif sans abuser Laisser l'équipe respirer L'état d'esprit pour recadrer... 6 - Savoir dynamiser l'esprit d'équipe Organiser l'esprit d'équipe, Développer l'identité de l'équipe, Être garant de l'esprit d'équipe 7 - Organiser des réunions/ rencontres efficaces 8 - Remotiver une équipe 9 - Maîtriser les outils du management Apprendre à corriger Mesurer les progrès collectifs et individuels, les diffuser Définir les responsabilités et les autorités... 10 - Savoir pérenniser le management déployé Transfert des savoir-faire Adéquation besoin/compétence Bilan d'évaluation...
Durée	2 jours
Prérequis	Aucun
Public	Tous les managers
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	1040 euros



# Management

## Manager une équipe à distance

MANEQD

<b>Objectif</b>	<b>Repérer ses pratiques actuelles et les leviers d'actions pour manager une équipe à distance.</b>
<b>Programme</b>	<p>1- Maîtriser les multiples dimensions du management à distance Repérer les spécificités du management à distance sur les dimensions d'organisation et de communication. Clarifier les 5 finalités du management à distance et définir les outils. Identifier les avantages et risques de ce type de management.</p> <p>2- Réussir sa communication managériale à distance Identifier les attentes des collaborateurs. Clarifier les missions et les règles de fonctionnement. S'entraîner aux différentes situations de communication : agir sur les 3 volets de la coordination. Repérer les freins et les impacts de la communication "à distance". Choisir les bons outils d'information et de communication "à distance".</p> <p>3- Organiser la coopération à distance Coordonner l'activité de l'équipe " à distance" : Rôle clef du manager. Faciliter l'information dans l'équipe pour conserver un lien. Développer l'autonomie et la maturité relationnelle des collaborateurs. Installer la coopération et donner les règles du jeu spécifiques " à distance".</p> <p>4- Mobiliser une équipe managée à distance Identifier les leviers de la motivation et valoriser les bonnes pratiques. Mettre en place le partage, le suivi et l'évaluation à distance. Mener un entretien de recadrage. Orienter et coordonner la performance à distance : orientations communes, reporting. Soutenir et donner du feed-back à distance. S'entraîner à mieux communiquer à distance.</p>
<b>Durée</b>	2 jours
<b>Prérequis</b>	Il est souhaitable d'avoir suivi une formation sur les fondamentaux du management.
<b>Public</b>	Manager qui manage à distance de manière permanente (équipes éclatées géographiquement dans l'hexagone et hors hexagone) ou de manière occasionnelle (équipes-projets).
<b>Méthode pédagogique</b>	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
<b>Prix Inter</b>	1100 euros





# Management

## Renforcer la motivation d'équipe

MANMOT

<b>Objectif</b>	<b>Mettre en place les règles de fonctionnement et les outils spécifiques pour mieux manager son équipe à distance.</b>
<b>Programme</b>	<p>1- Jeu de coopération Travailler ensemble : coopérer pour utiliser les compétences et motivations distinctives de chacun Débriefing du jeu et découverte d'une " feuille de route" pour collaborer efficacement avec ses collègues</p> <p>2- La motivation collective Pourquoi et comment est-on "motivé" ? Tour d'horizon de la notion de motivation et de ses ressorts Quelles conditions l'entreprise peut-elle créer pour favoriser la motivation Quelle est la phase de "maturité" de mon équipe ? Mon équipe est-elle mûre pour être créative ? Quelles actions mettre en oeuvre pour qu'elle le devienne ?</p> <p>3- La motivation individuelle Découverte de quatre grands styles de personnalité et des motivations différenciées de chacune (Carl Jung) La motivation est endogène, c'est au manager de la "révéler" ! Comment ? Tests croisés (360°) sur son profil motivationnel Cartographie de son équipe</p> <p>4- Développez l'autonomie et la créativité de ses équipes La créativité comme source de motivation Animer les rencontres collectives de façon originale : les jeux cadres de Thiagi Les 5 règles simples pour favoriser la créativité (COUIQ) Comment être collectivement créatifs ? Découverte d'une technique pour organiser une séance de créativité (divergence et convergence)</p> <p>5- Plan d'action personnel</p>
<b>Durée</b>	2 jours
<b>Prérequis</b>	Aucun
<b>Public</b>	Dirigeants et managers opérationnels qui souhaitent dynamiser leurs équipes et augmenter leur niveau de motivation collective et individuelle
<b>Méthode pédagogique</b>	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
<b>Prix Inter</b>	1040 euros



# Management

## Conduire le changement : enjeux et défis

MANCHANG

Objectif	S'entraîner à mieux communiquer à distance avec ses interlocuteurs
Programme	<p>1- Analyser le contexte du projet de changement d'organisation Identifier le (ou les) décideur(s). Caractériser la problématique à l'origine de la mission engagée et les objectifs assignés. Définir les contributions de chacun. Cerner le rôle du manager en tant que relais dans le projet de réorganisation.</p> <p>2- Comprendre les mécanismes à l'origine des comportements humains face au changement Comprendre le processus par lequel les acteurs passent. Identifier les principales causes de résistance au changement et leurs caractérisations comportementales.</p> <p>3- Utiliser les leviers d'action du manager Aider les acteurs dans leur processus d'apprentissage : stratégie d'objectifs, indicateurs Communiquer à bon escient et utiliser les bons vecteurs : Faire visualiser le futur : les métaphores. Favoriser les échanges et les rendre facteurs de progrès : construire son propre réseau et le faire vivre Mettre en valeur les réussites, les progrès : la stratégie des petits pas ; capitaliser les bonnes pratiques.</p> <p>4- Identifier les risques et les anticiper Répertorier tous les facteurs de risque associés aux personnes composant l'équipe. Mettre en place des mesures préventives individuelles ou collectives pour y pallier.</p>
Durée	2 jours
Prérequis	Aucun
Public	Tout manager.  Tout responsable de service, d'unité ou d'équipe confronté à un changement d'organisation
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	1100 euros



# Management

## Essentiel du droit du travail pour les managers

MANDR

<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation le stagiaire connaîtra la réglementation dans le cadre des relations de travail employeurs / salariés pour mener à bien ses missions et gérer les individus qui constituent ses équipes</b>
<b>Programme</b>	<p>1- Se repérer dans les règles applicables en droit du travail Connaître la structure du droit du travail. Comment s'articule la convention collective avec le code du travail ? Où aller trouver l'information utile ? Utiliser efficacement le règlement intérieur.</p> <p>2- Sécuriser le recours aux CDD, à l'intérim et à la sous-traitance Utiliser le CDD à bon escient. Avoir en tête les nouvelles surcotisations chômage sur les CDD courts. Sécuriser la succession des CDD ou des missions d'intérim. Sécuriser le recours à la sous-traitance.</p> <p>3- Manager l'activité professionnelle des salariés en intégrant le droit du travail Suivre efficacement la période d'essai. Connaître ses marges de manœuvre en matière de modification de contrat de travail. Organiser et gérer le temps de travail des équipes (respect des durées maximales, repos, pause,...). Faire face aux différentes absences : congés payés, maladie,... Fixer et évaluer les objectifs dans le respect du contrat de travail. Veiller au respect des responsabilités d'employeur en matière de santé au travail. Manager sans harceler ni discriminer. Exercer le pouvoir disciplinaire et sanctionner les comportements fautifs. Gérer les ruptures du contrat de travail (y compris rupture conventionnelle homologuée).</p> <p>4- Prendre en compte au quotidien le cadre légal de la représentation du personnel Distinguer le rôle des différentes instances représentatives du personnel. Évaluer les droits et devoirs des élus. Comprendre la place du management dans les relations sociales. Gérer la relation au quotidien avec les représentants du personnel.</p>
<b>Durée</b>	2 jours
<b>Prérequis</b>	Aucun
<b>Public</b>	Responsable d'unité, d'établissement, de business unit, Responsable d'équipe, manager de proximité. Pour les représentants du personnel, nous recommandons le stage "L'essentiel du droit du travail " (DRTRAV) Pour les cadres RH, nous recommandons le stage DRTRAV
<b>Méthode pédagogique</b>	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
<b>Prix Inter</b>	1250 euros



# Management

## Manager la diversité générationnelle

MANDIV

<b>Objectif</b>	<b>Comprendre le cadre de référence de chaque génération</b> <b>Valoriser les points communs plutôt que les différences</b> <b>Définir des objectifs collectifs et des règles de fonctionnement partagées</b> <b>Créer des conditions de solidarité dans l'équipe</b> <b>Permettre à chacun de trouver sa place dans l'équipe</b>
Programme	<p>1- Le cadre de référence des différentes générations dans l'entreprise Boomers, X et Y à travers l'analyse de leurs représentations du travail, des rapports à l'entreprise et à l'autorité. Comprendre les codes, les besoins et les motivations de chacun. Mesurer les impacts de ces différences générationnelles sur les pratiques managériales. Identifier les différences pour les dépasser et s'adapter à un cadre de référence différent du sien. Exercice Exercice en sous-groupes pour identifier les attitudes des différentes générations par rapport au travail, aux valeurs professionnelles, au respect des règles et de la hiérarchie, à la collaboration. » Partir de ce qui relie au lieu de se focaliser sur les différences</p> <p>2- Ajuster sa communication et son management en fonction des différences de l'autre. Prendre en compte la motivation et la maturité de l'autre dans sa délégation au quotidien. Anticiper les conflits et gérer les tensions interpersonnelles dues aux différences de génération. Développer la cohésion et l'efficacité de l'équipe à travers l'Analyse Transactionnelle. Exercice A partir de l'exercice de la Nasa, animation d'une réunion transgénérationnelle. » Développer un nouveau style de management</p> <p>3 - Porter les valeurs intergénérationnelles de son équipe. Définir le cadre d'une équipe efficiente. Fixer des règles du jeu claires et partagées. Rester ferme sur les objectifs du service et de l'organisation. S'imposer par sa compétence. Exercice Fixation d'objectifs motivants en fonction des typologies des trois générations. » Cohabitation intergénérationnelle harmonieuse au sein de l'entreprise</p> <p>4- Permettre à chacun de trouver sa place au sein de l'équipe. Capitaliser sur les différences pour développer l'efficacité collective et la valeur ajoutée de l'équipe. S'appuyer sur les compétences des juniors et l'expérience des plus âgés. Faciliter et organiser le transfert de savoir-faire. Exercice</p> <p>5- Plan de progrès personnel pour faire travailler efficacement ensemble les générations présentes dans son équipe.</p>
Durée	2 jours
Prérequis	Aucun



Public	Managers, responsables de collaborateurs appartenant à différentes générations.
Méthode pédagogique	Autodiagnostic, tests, mises en situations actives, échange d'expérience, debriefing personnalisé.
Prix Inter	1100 euros



# Management

## Conduite d'entretien managériaux / L'art du feed back / Fixer des objectifs personnalisés

MANOBJ

Objectif	A l'issue de la formation, le manager saura mener et conduire les différents types d'entretiens managériaux pour optimiser la performance de ses équipes
Programme	<p>1- LES CLES D'UN ECHANGE EFFICIENT</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Une préparation efficace</li><li>La clarté et la pertinence de son objectif</li><li>La maîtrise des processus spécifiques aux différents types d'entretiens : directifs, réflexifs, participatifs...</li><li>Un échange construit</li><li>La clarté, la solidité et la puissance de son message</li><li>La maîtrise de l'exposé, de l'expression</li><li>La capacité à cerner, à écouter son interlocuteur, à décoder le non-verbal, à cerner son niveau de compréhension et sa volonté de collaborer, à cerner les causes d'une résistance ou d'un désaccord</li><li>Le traitement des divergences ou des situations bloquées</li><li>La gestion de ses réactions, de ses émotions</li><li>Les mises au point, le recadrage sans agressivité et dans le respect de l'autre</li><li>Une conclusion adaptée</li><li>Recueil de feed-back sur l'entretien</li><li>Renforcement de l'engagement sur les décisions prises</li><li>Un suivi planifié</li><li>Planification des étapes du suivi et définition des objectifs</li></ul> <p>2- LES SPECIFICITES DES DIFFERENTS TYPES D'ENTRETIENS</p> <ul style="list-style-type: none"><li>L'entretien de transmission de directives</li><li>L'entretien de résolution de problèmes</li><li>L'entretien de fixation d'objectifs</li><li>L'entretien de motivation</li><li>L'entretien de recadrage</li><li>L'entretien de réflexion partagée</li><li>L'entretien d'investigation</li><li>L'entretien de gestion d'un désaccord</li></ul>
Durée	2 jours
Prérequis	Aucun
Public	Tout mananager, encadrant amené à conduire des entretiens de management
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	1100 euros



# Management

## Coaching personnalisé avec coach certifié

MANCOACH

<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, le stagiaire saura comprendre ses mécanismes de fonctionnement, réajuster sa communication, accepter et appliquer une stratégie de changement pour améliorer directement sa propre performance et celle de ses équipes</b>
Programme	Programme personnalisé avec analyse de la pratique
Durée	Pack de 14h
Prérequis	
Public	Tout salarié, cadre, non cadre, gérant des équipes ou coéquipiers et souhaitant améliorer ses fonctions de communicant pour mener à bien ses missions au quotidien
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	2500 euros



# Management

## Mener des entretiens annuels

MANENTA

Objectif	A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de conduire et mener les entretiens d'évaluation en tenant compte du contexte, des enjeux et des objectifs tout en instruisant le dialogue avec l'évalué
Programme	<p>1- Les enjeux et les objectifs de l'entretien Faire de l'entretien annuel une contribution effective aux gains de performances et au maintien du bien-être au travail Evaluer, faire évoluer les compétences Mieux comprendre ses collaborateurs, leurs motivations, leurs représentations Optimiser le management, l'organisation, la gestion des Ressources Humaines Contribuer à la gestion des compétences</p> <p>2- Les différentes phases de l'entretien annuel Le bilan professionnel La fixation des axes de progrès et des objectifs Le bilan et les besoins en formation Le vécu, les questions, le ressenti, les suggestions du collaborateur Les souhaits d'évolution, le projet professionnel du collaborateur La synthèse de l'entretien La préparation de l'entretien Les bases du bilan professionnel : comment développer la collaboration et faire évoluer vers un bilan constructif La préparation du bilan par l'appréciateur et par le collaborateur</p> <p>3- La conduite de l'entretien Savoir créer le dialogue, l'ouverture, générer la confrontation de point de vue, optimiser la collaboration Développer son écoute active pour mieux comprendre son interlocuteur, mieux cerner la situation et les décisions à prendre Savoir analyser objectivement une situation, sortir de ses préjugés Aborder les points faibles sur lesquels son collaborateur doit évoluer sans créer de tensions, sans démotiver ou créer du sur-stress Faire des mises au point, recadrer sans agressivité et dans le respect de l'autre</p> <p>4- Le suivi de l'entretien annuel En terme de management et de gestion des Ressources Humaines</p>
Durée	1 ,5 jours
Prérequis	Management d'équipe
Public	Managers et tous responsables hiérarchiques exerçant une fonction d'encadrement et concernés par les entretiens annuels d'appréciation
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	900 euros





# Management

## Dynamiser et conduite de réunion, animer une équipe

MANCAMP

<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de lancer une campagne commerciale, de conduire et d'animer une réunion en présentant clairement les objectifs définis avec sa direction</b>
<b>Programme</b>	<p>1- Savoir préparer et se préparer pour une réunion avec son équipe Savoir différencier les types de réunions (...) Savoir adapter son mode d'animation à chaque type de réunion Savoir organiser une dynamique de réunion dans un espace donné</p> <p>2- Encadrer le déroulement de la réunion Comprendre le rôle de l'animateur manager Maîtriser les techniques de la dynamique de réunion Dynamiser sa communication orale Maîtriser les structures orales persuasives Savoir faciliter la mémorisation des messages Rendre ses réunions vivantes en utilisant l'espace et les supports Maîtriser la gestion du temps</p> <p>3- Faciliter l'expression individuelle pour convaincre et mobiliser Observer, analyser et maîtriser les comportements Muscler son écoute active Piloter ses équipes par les techniques de base du "gagnant-gagnant" Prévenir et gérer une situation difficile en réunion</p>
<b>Durée</b>	2 jours
<b>Prérequis</b>	
<b>Public</b>	Tout manager ou personne menant des réunions et lançant des opérations commerciales auprès d'équipes
<b>Méthode pédagogique</b>	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
<b>Prix Inter</b>	1040 euros



<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de construire son Dossier de synthèse de pratique professionnelle et mener les épreuves de certification pour valider un niveau IV</b>
Programme	Présentation de la certification, le DSPP, accompagnement personnalisé dans la réalisation du dossier
Durée	24h fractionnées sur plusieurs mois
Prérequis	Bonne connaissance de la relation client en réception et émission d'appels, front et back-office et exercice pendant 3 ans minimum
Public	Toute personne ayant travaillé dans la relation client à distance en front line pendant au moins 3 ans et souhaitant valider ses acquis d'expérience par un niveau IV.
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	1385 euros

<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de construire son Dossier de synthèse de pratique professionnelle et mener les épreuves de certification pour valider un niveau III</b>
Programme	Présentation de la certification, le DSPP, accompagnement personnalisé dans la réalisation du dossier
Durée	24h fractionnées en plusieurs mois
Prérequis	Bonne connaissance du management en centre d'appels et exercice pendant 3 ans
Public	Toute personne ayant exercé comme team manager en centre d'appel pendant au moins 3 ans et souhaitant valider ses acquis d'expérience par une certification de niveau III
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	1385 euros

<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de construire son Dossier de synthèse de pratique professionnelle et mener les épreuves de certification pour valider un niveau II</b>
Programme	Présentation de la certification, le DSPP, accompagnement personnalisé dans la réalisation du dossier
Durée	24h fractionnées en plusieurs mois
Prérequis	Exercice du métier de formateur pendant au moins 3 ans
Public	Toute personne ayant exercé comme formateur pour adulte pendant au moins 3 ans et souhaitant valider ses acquis d'expérience par un niveau II
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	1385 euros

# Informatique

## Word - initiation - créer et gérer des documents simples

INFWI

<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation le stagiaire maîtrisera l'ensemble des fonctions de base de Word pour concevoir rapidement des documents de tous types (courriers administratifs, notes, factures, articles, affichettes, CV, convocations...)</b>
<b>Programme</b>	<p>1- L'environnement Word Présentation, possibilités Description de l'écran : les modes d'affichage, les barres d'outils Configuration de son environnement</p> <p>2- Elaboration d'un document Création d'un document Saisie au kilomètre Correction orthographique Enregistrer Aperçu avant impression Impression Fermer / ouvrir un document Créer un nouveau document</p> <p>3- Optimiser la présentation du texte Mise en forme caractères Mise en forme paragraphes Alignement, retrait et tabulations Puces et numéros Notes de bas de page Bordures Copier / coller Insertion d'images</p> <p>3- Tableaux Création, modification, bordures</p> <p>4- Mettre en forme un document de plusieurs pages Marges et orientation des pages Gérer des sauts de page En-tête et pied de page (numérotation des pages)</p>
<b>Durée</b>	2 jours
<b>Prérequis</b>	Maîtrise du clavier
<b>Public</b>	Toute personne débutante sur Word devant utiliser ce logiciel
<b>Méthode pédagogique</b>	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
<b>Prix Inter</b>	950 euros



# Informatique

## Word - Faux débutant - utiliser les fonctions word pour mieux présenter les documents

INFWIM

<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, le stagiaire utilisera le logiciel de traitement de texte de façon autonome, efficace et simple, Présentera facilement et efficacement tous courriers et rapports de façon professionnelle</b>
Programme	<p>1- Les règles de saisie d'un texte et les principes de mise en page Mettre rapidement en forme un document Mise en forme automatique Les retraits de paragraphes, les alignements Utilisation de la règle Mise en page de documents, en-tête et pied de page Le collage spécial Les raccourcis claviers importants Insertions et corrections automatiques</p> <p>2- Perfectionnement sur les tableaux Savoir créer tous types de tableaux Mise en forme Alignement et orientation du texte Fusion et scission de cellules Texte et image</p> <p>3- Créer des documents complexes Préparer un formulaire (type questionnaire) à remplir à la main Tabulations avec points de suite Tabulations dans tableau</p> <p>4- Effectuer une mise en page professionnelle Sauts de section, colonnes, saut de colonnes Lettrines Zones de texte Formes automatiques (organigramme) Les outils de retouche photos WordArt et Objets SmartArt : schéma d'entreprise</p>
Durée	1 jour
Prérequis	Maîtrise du clavier
Public	Personne autodidacte sur Word souhaitant rentabiliser l'utilisation du logiciel
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	550 euros



<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, le stagiaire gèrera des envois de lettres en nombre à partir d'un fichier d'adresses, sera autonome dans l'élaboration de modèle</b>
Programme	<p>1- MAILING</p> <p>Création de la lettre</p> <p>Saisie du texte fixe</p> <p>Définition des zones variables</p> <p>Création du fichier d'adresses</p> <p>Mise en place de zones variables</p> <p>Alimenter le fichier</p> <p>Les critères</p> <p>Ajout / Suppression</p> <p>Tris et recherches</p> <p>Liaison lettre / fichier d'adresses</p> <p>Positionnement des zones variables</p> <p>Exploitation des résultats : la fusion</p> <p>Options de fusion</p> <p>Sélection d'un groupe d'adresses</p> <p>Impression d'adresses et d'étiquettes</p> <p>2- MODELES ET FORMULAIRES</p> <p>Les modèles</p> <p>Créer un modèle de document</p> <p>Enregistrer le modèle (notion de .dot)</p> <p>Utiliser le modèle</p> <p>Modifier le modèle</p> <p>Classer les modèles</p> <p>Automatiser par des codes arrêts</p> <p>Se déplacer dans le modèle</p> <p>Les formulaires</p> <p>Créer un formulaire</p> <p>Insérer des zones de saisie</p> <p>Insérer des cases à cocher</p> <p>Insérer des listes déroulantes</p> <p>Insérer un texte d'aide</p> <p>Protéger le formulaire</p> <p>Enregistrer le formulaire comme un modèle</p> <p>Utiliser un formulaire :</p> <p>Saisie, modification</p>
Durée	1 jour
Prérequis	Personne ayant effectué Word initiation

Public	Toute personne connaissant les bases essentielles du logiciel Word
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	550 Euros





# Informatique

## Word - Trucs et Astuces pour gagner du temps

INFWTRAS

<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, le stagiaire connaîtra et utilisera les trucs et astuces pour gagner du temps, gèrera des rapports en intégrant les "en-têtes" et "pieds de page", et la gestion d'une table des matières</b>
<b>Programme</b>	<p>1- Trucs et astuces</p> <p>Les insertions automatiques</p> <p>Les corrections automatiques</p> <p>Les styles</p> <p>Les touches de raccourcis</p> <p>Les recherches de mots</p> <p>Propriétés du document</p> <p>Le mode journal</p> <p>Créer des colonnes de sections</p> <p>Gérer des images et filigranes</p> <p>Intégrer un tableau Excel dans Word</p> <p>2- Documents longs</p> <p>En-tête et pied de page :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Saut de sections</li><li>- Numérotation des pages</li></ul> <p>Hiérarchiser les titres du rapport</p> <p>Utiliser le mode plan :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Déplacer, copier des blocs de texte</li><li>- Numérotation automatique des titres</li></ul> <p>Modification des styles de titres</p> <p>Table des matières :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Création automatique</li><li>- Mise à jour et modification</li></ul> <p>Création d'un index</p> <p>Renvois</p> <p>Signets</p>
<b>Durée</b>	1 jour
<b>Prérequis</b>	Bases essentielles de base
<b>Public</b>	Toute personne connaissant les bases essentielles du logiciel Word
<b>Méthode pédagogique</b>	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
<b>Prix Inter</b>	550 euros



Objectif	Se perfectionner dans l'élaboration des modèles
Programme	1- Philosophie et principe de base 2- Description de l'écran et environnement de travail 3- Le tableur Notion de classeur Gestion des feuilles (nom, déplacement, copie et suppression) Sélections, déplacements rapides dans une feuille et un classeur La poignée de recopie 4- Mise en forme Polices de caractères, style, taille, couleur des données et des fonds Gestion des lignes et colonnes (largeur, hauteur, insérer, supprimer) Formats des nombres et formats personnalisés Recopier une mise en forme 5- Création de formules simples Fonctions statistiques : Somme, moyenne, Max, Min, Nb, etc... 6- Mise en page et impression Zone d'impression En tête/pied de page Options d'impression Options d'aperçu et impression Gérer les sauts de page et reproduire les titres 7- Formules et fonctions Références absolues / relatives Incrémentations diverses 8- Elaboration d'un graphique Elaboration de graphiques histogrammes, courbes et secteurs Changer rapidement de type de graphique Gérer la légende, les titres du graphique et des axes Insérer des formes automatiques
Durée	2 jours
Prérequis	Aucun
Public	Toute personne souhaitant découvrir et utiliser au quotidien Excel
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	950 euros

# Informatique

## Excel -faux débutant - exploiter et présenter des données

INFEXCM

<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, le stagiaire maîtrisera les principales fonctions de calculs élaborées, gagnera du temps dans la mise en forme et page des tableaux et graphiques grâce à de multiples trucs et astuces</b> <b>Apprendre à gérer une petite base de données</b>
<b>Programme</b>	1- Le tableur Trucs et astuces sur les bases d'Excel Les références relatives et absolues Protéger un classeur avec un mot de passe, la protection des cellules Astuces sur la taille des colonnes et des lignes Mise en forme conditionnelle Répéter des titres à l'impression Le saut de page Le collage spécial Gérer les volets La fonction aujourd'hui Liaisons entre feuilles 2- Les graphiques Création d'un graphique avec l'aide de l'assistant Les différents types de graphiques Les astuces de mise en forme Le graphique sectoriel 3- Créer des organigrammes avec les outils de dessin La base de données Nommer une base de données Saisir dans un formulaire Les recherches, les tris et les filtres automatiques 4- Les fonctions élaborées La fonction Si Les fonctions Si Ou-Si Et
<b>Durée</b>	2 jours
<b>Prérequis</b>	Utilisateur ayant une pratique des fonctions de base Excel
<b>Public</b>	Toute personne souhaitant améliorer son utilisation au quotidien de la bureautique sous Excel
<b>Méthode pédagogique</b>	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
<b>Prix Inter</b>	950 euros



# Excel - Truc et astuces

INFEXTRAS

<b>Objectif</b>	<b>Gagner du temps en utilisant une multitude de trucs et astuces sur les mises en forme, choisir la bonne formule à utiliser dans un cas de figure précis</b>
<b>Programme</b>	<p>1- Optimiser Excel Les options d'affichage et générales Gérer les onglets (déplacer, copier, accès rapide et colorier) Personnaliser les barres d'outils Créer des listes personnalisées</p> <p>2- Trucs et astuces de mise en forme Les formats de nombre personnalisés Les alignements Traçage des bordures au stylo Largeur de colonnes et hauteur de lignes multiples Les incréments de cellules Le collage spécial Protéger un classeur ou des cellules d'une feuille Insérer des volets Répéter des titres à l'impression Des raccourcis clavier Le lien hypertexte Copier un tableau Excel dans Word</p> <p>3- Les objets de dessin Les formes automatiques et leurs objets Créer un organigramme hiérarchique</p> <p>4- Maîtriser les formules de calculs essentielles Les fonctions statistiques Les références relatives et absolues La fonction si Les fonctions nb.si et somme.si</p>
<b>Durée</b>	1 jour
<b>Prérequis</b>	Utilisateurs ayant une bonne pratique des fonctions de base d'Excel
<b>Public</b>	Toute personne souhaitant améliorer son utilisation au quotidien de la bureautique sous Excel
<b>Méthode pédagogique</b>	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
<b>Prix Inter</b>	550 euros



# Informatique

## Excel -perfectionnement- devenir un expert des tableaux croisés dynamiques

INFEXCP

<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, le stagiaire optimisera l'utilisation du logiciel Excel en réalisant des consolidations à partir de plusieurs tableaux ou d'une base de données Excel, Analysera les données à l'aide de tris, de recherches, de filtres, d'extractions, synthétisera les données en utilisant des calculs propres aux bases de données</b>
<b>Programme</b>	<p>BASE DE DONNEES</p> <p>Utilisation d'une liste comme base de données</p> <p>Limitation des saisies dans une base de données</p> <p>Mise à jour de la liste à l'aide de la grille</p> <p>Recherche d'une fiche</p> <p>Tri de données</p> <p>Filtrage automatique</p> <p>Contrôle de saisie</p> <p>Utilisation de critères personnalisés avec le filtre automatique</p> <p>Filtrage selon des critères complexes et critères calculés</p> <p>Sous-totaux automatiques</p> <p>Extraction de données dans la même feuille et dans d'autres feuilles</p> <p>Impression de gros tableaux</p> <p>Les fonctions de la base de données (BD somme, BD moyenne, BD NB)</p> <p>Utilisation de fonctions pour rechercher des valeurs dans une liste (recherche V, index équivalent)</p> <p>TABLEAUX CROISES DYNAMIQUES</p> <p>Création d'un tableau dynamique</p> <p>Mise à jour d'un tableau croisé dynamique</p> <p>Personnalisation d'un tableau croisé</p> <p>Mise en forme d'un tableau</p> <p>Synthèse de données à l'aide d'une consolidation</p> <p>Calcul de totaux dans un tableau croisé</p> <p>Création de champs calculés</p> <p>Les champs de page</p> <p>Ajout et suppression de données</p> <p>Masquer et afficher les détails</p> <p>Groupement d'éléments sélectionnés</p> <p>Groupements de date</p> <p>Groupements de valeurs</p> <p>Tri des éléments</p> <p>Consolidation de données provenant de plusieurs pages</p>
<b>Durée</b>	1 jours
<b>Prérequis</b>	Utilisateurs ayant une bonne pratique des fonctions Excel



Public	Toute personne souhaitant améliorer son utilisation au quotidien de la bureautique sous Excel
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	550 euros



# Informatique

## Power Point -Base - créer des support de présentation simples

INFPOWB

<b>Objectif</b>	<b>Créer rapidement vos supports de présentation de qualité professionnelle, tels que des transparents, diapositives et diagrammes animés</b>
<b>Programme</b>	<p>1- Création de diapositives Choix de la mise en page Mise en forme des diapositives Fonds de diapos</p> <p>2- Espaces réservés Manipulation de textes Les puces</p> <p>3- Mise en forme de diaporamas Utilisation d'un modèle / thème de conception Création d'un modèle / thème perso : les masques</p> <p>4- Les modes d'affichage Le mode normal Le mode plan Le mode trieuse Le mode page de commentaire Le mode diaporama</p> <p>5- Enrichir une diapositive Insérer une image, forme automatique Arrière plan / premier plan Groupes / dissocier Les Word Art Les tableaux Word</p> <p>6- Animer sa présentation Transitions entre diapositives Animations personnalisées</p> <p>7- Imprimer son diaporama</p>
<b>Durée</b>	1 jour
<b>Prérequis</b>	Aucun
<b>Public</b>	Toute personne désirant élaborer et exploiter des présentations de documents à l'aide de Powerpoint
<b>Méthode pédagogique</b>	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
<b>Prix Inter</b>	550 euros



<b>Objectif</b>	<b>Donner plus d'impact à vos interventions et à vos réunions</b> <b>Approfondir sa maîtrise de PowerPoint</b> <b>Modifier rapidement une présentation pour gagner du temps</b> <b>Connaître les pièges à éviter</b> <b>Optimiser la gestion des médias et des animations</b>
Programme	<p>1- Rappel des fonctions de base pour réaliser une présentation</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Saisir un scénario en Mode Plan</li><li>Créer un masque de diapositive</li><li>Créer un masque de titre</li><li>Appliquer un arrière-plan</li><li>Mise en forme des caractères (polices, tailles, listes à puces et numéros)</li><li>Insérer un en-tête/pied de page, numérotation</li></ul> <p>2- Optimiser et approfondir l'utilisation des masques</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Créer plusieurs masques pour une présentation</li><li>Insérer un espace réservé</li><li>Modifier la mise en page des masques</li><li>Créer, enregistrer, modifier un modèle type</li><li>Adapter les masques de document et des pages de commentaires</li></ul> <p>3- Maîtriser la création et la modification des éléments de la présentation</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Approfondir l'utilisation des dessins, des graphiques, des images</li><li>Créer et modifier un album photo</li><li>Insérer un son et une vidéo</li><li>Insérer une musique de fond</li><li>Partager une présentation avec plusieurs personnes</li></ul> <p>4- Utiliser une méthode de conception claire et efficace</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Structurer, convaincre, séduire, règle d'or pour mieux communiquer</li><li>Soigner la rédaction, utiliser des accroches, des mots-clés</li><li>Constituer une mini-charte graphique (Rôle, de la typographie, mariage des couleurs, formes graphiques, images, tableaux...)</li></ul> <p>5- Intégrer des effets dynamiques</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Faire apparaître/disparaître des éléments sur une diapositive</li><li>Déplacer un élément sur une trajectoire</li><li>Gérer le minutage des animations et des diapositives</li><li>Automatiser le défilement des diapositives</li><li>Créer des liens hypertextes (web, documents Word, Excel...)</li><li>Utiliser des boutons d'action pour le son, la vidéo ...</li></ul> <p>6- Paramétrer le diaporama</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Diaporama personnalisé</li><li>Modifier les paramètres</li><li>Enregistrer le diaporama</li></ul>



	<p>7- Gérer la projection d'un diaporama          Projeter le diaporama et intervenir pendant son défilement (commentaires, stylo, annotations, pause,)          Conserver les annotations manuscrites Utiliser l'écran de contrôle de l'animateur avec le mode présentateur</p>
Durée	1 jour
Prérequis	Maîtriser l'utilisation des masques, la création des graphiques, tableaux, des formes automatiques, connaissance du système d'exploitation Windows
Public	Utilisateurs confirmés ayant une certaine maîtrise de PowerPoint désirant améliorer et automatiser la création de présentations
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	550 euros



<b>Objectif</b>	<b>Disposer ses doigts correctement sur le clavier</b> <b>Mémoriser les touches</b> <b>Acquérir une plus grande vitesse de frappe</b>
<b>Programme</b>	1- Les touches du clavier à connaître pour être efficace et les raccourcis clavier Le clavier : son fonctionnement - les touches spécifiques Les raccourcis sous Office et les raccourcis en général Utiliser les touches témoins pour se repérer Mémoriser la position des touches 2- Technique de frappe avec 10 doigts Le positionnement des mains La posture à adopter Les nouveaux réflexes à acquérir Intérêt de ne pas regarder ses mains 3- Entraînement au clavier - développer sa vitesse de frappe Gammes sans regarder Gammes sous la dictée Faire de cette méthode une méthode évolutive Comment éviter les erreurs et limiter les coquilles Présentation et mise en forme de documents simples Normes générales Normes de ponctuation et de typographie Saisie et mise en forme simple dans Word Reconnaître les erreurs de frappe dues à une fonction du clavier et corriger
<b>Durée</b>	1 jour
<b>Prérequis</b>	Aucun
<b>Public</b>	Tout public
<b>Méthode pédagogique</b>	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
<b>Prix Inter</b>	550 euros

# Formation de formateur

## Analyse de la pratique / coaching

FFORMA

<b>Objectif</b>	<b>Analyser sa pratique en tant que formateur</b> <b>Changer de posture en passant du dire à l'écoute, de la transmission du savoir à un rôle d'aide à la prise de conscience et à la construction de l'identité professionnelle</b>
Programme	Le stagiaire d'aujourd'hui, analyse de la pratique Comprendre les mécanismes susceptible de rompre toute communication Identifier les pistes à envisager pour rétablir le dialogue et accompagner le groupe et les individus vers la performance attendue ou souhaitée
Durée	21h / 6 séances de 3,5h
Prérequis	Aucun
Public	Formateur en activité
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	1500 euros



# Formation de formateur

## Formation à la Dynamique de Recherche d'emploi et aux techniques d'animation de groupe

FFORMADRE

<b>Objectif</b>	<b>Utiliser les techniques d'animation de groupe pour conduire des activités TRE et DRE collective et gagner en efficience</b>
Programme	Focus sur la TRE et analyse de la pratique Comment passer de l'individu à une conduite de groupe en TRE Les différentes techniques d'animation de groupe Créer une Dynamique de recherche d'emploi au service du collectif et de l'individu Simulation et travail en groupe Echanges
Durée	9 jours dont 4 fractionnés
Prérequis	Notion en TRE et dans l'accompagnement individuel
Public	Professionnel de la formation, formateur technique, Professionnel de l'accompagnement en individuel à la TRE souhaitant s'initier à la conduite de groupe, professionnel de l'insertion
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	2000 euros



<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, le stagiaire intégrera le principe de mise en jeu de la responsabilité civile, comprendra le rôle et le fonctionnement de l'assurance de responsabilité civile, définira et négociera les garanties de son entreprise en fonction de son activité</b>
<b>Programme</b>	<p>1. Intégrer le principe de mise en jeu de la responsabilité civile les différents régimes de responsabilité : délictuelle et quasi délictuelle / contractuelle / des produits défectueux, le mécanisme de la responsabilité pour faute la présomption de responsabilité : étendue et causes d'exonération Cas pratique : à partir de faits réels les participants recherchent et déterminent les personnes civilement responsables, le fondement juridique et les éventuelles causes d'exonération</p> <p>2. Comprendre le rôle et le fonctionnement de l'assurance de responsabilité civile l'assurance RC : une obligation légale ? le transfert des risques à l'assurance : comment et à quelle hauteur ? qu'est-ce qu'un sinistre ? Comment savoir s'il est couvert ? Qu'est-ce que le principe indemnitaire ? comprendre les limitations et les exclusions de garanties : franchise, plafond des garanties et autres formalisations contractuelles, conditions de mise en œuvre de la subrogation de l'assureur Cas pratique : à partir de descriptions d'activités réelles, les participants déterminent le plan d'assurance à proposer en le justifiant par une appréciation des risques</p> <p>3. Définir et négocier les garanties de son entreprise en fonction de son activité garanties propres à la responsabilité civile exploitation : faute inexcusable de l'employeur, biens confiés, atteinte à l'environnement... quels risques assurer ? garanties en responsabilité civile après livraison et/ou après travaux : étendue de la garantie spécificités des garanties de la responsabilité civile professionnelle, exclusions légales et conventionnelles Partage d'expériences : étude des garanties de responsabilité civile à partir de situations issues de cas réels et de contrats d'assurance présentés par le formateur ou apportés par les participants</p> <p>4. Obtenir réparation des dommages mode d'emploi des différentes étapes de la déclaration et de la gestion d'un sinistre maîtriser les droits et les obligations respectifs de l'assuré et de l'assureur Cas pratique : à partir d'un cas réel chaque participant rédige une déclaration de sinistre et suit sa gestion</p>
<b>Durée</b>	2 jours
<b>Prérequis</b>	Aucun
<b>Public</b>	Salarié en poste
<b>Méthode pédagogique</b>	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
<b>Prix Inter</b>	1400 euros

# Droit

## Droit des affaires pour les non juristes : activité commerciale, contrats commerciaux, entreprise individuelle, auto-entrepreneur, EURL,

DRCOM

<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, le stagiaire saura mesurer l'incidence du droit des affaires dans sa vie professionnelle, appliquer les fondements du droit du contrat et des sociétés, identifier les situations pouvant engager la responsabilité civile ou pénale de l'entreprise, du dirigeant et du salarié.</b>
<b>Programme</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Les fondements du droit des contrats Quand le contrat est-il formé ? Obligation de moyen et de résultat. Obligation de conseil du vendeur. Exercices : arbitrage entre CGV/CGA, tester ses réflexes en matière de contrat. Obligation de moyen et de résultat.</li><li>2. Repérer les 10 principales clauses du contrat commercial Prix et mode de révision du prix. Entrée en vigueur, durée. Date et lieu de livraison. Transfert de propriété et des risques. Garantie contractuelle. Négocier les délais de paiement. Obligation de confidentialité. Force majeure. Résiliation. Règlement des litiges. Exercice : Analyse de situations contractuelles.</li><li>3. Anticiper et résoudre les situations de conflit Réflexes pratiques en cas d'inexécution. Eviter la rupture abusive des relations commerciales. Comment résoudre un litige à l'amiable ? Comment intenter une action judiciaire ?</li><li>4. Les cas de responsabilité de la personne morale, du dirigeant et du salarié Engager la responsabilité civile. Les cas de responsabilité pénale. Délit de marchandage. Aperçu du droit de la concurrence : refus de vente, pratiques discriminatoires. Délégations de pouvoir : portée, conditions de forme et de fonds. Modèle de délégation de pouvoir : Illustration : cas de responsabilité du fait des produits.</li><li>5. Les différentes formes juridiques d'entreprise Le contrat de société, la notion de personne morale. Critères de choix d'une forme d'entreprise : responsabilité, fiscalité... Rôle et les pouvoirs des organes de contrôle et de direction. Comparer les différentes formes de sociétés : l'entreprise individuelle, EURL, SARL, SA, SAS. Illustration : classement des différentes structures juridiques.</li></ol>



	<p>6. Activité(s) à distance</p> <p>Pour mettre en application les bonnes pratiques et les acquis d'une formation : un module e-learning "Les bases juridiques du contrat d'achats".</p>
Durée	2 jours
Prérequis	Aucun
Public	Tout salarié, dirigeant ou futur entrepreneur
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	1400 euros



<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, le stagiaire aura une vue d'ensemble des techniques fiscales et saura déterminer les bases des principaux impôts, comprendra les contraintes de gestion liées aux grands principes fiscaux</b>
<b>Programme</b>	<p>L'organisation du système fiscal français</p> <p>Les interlocuteurs au sein de l'administration fiscale</p> <p>Les impôts directs et indirects</p> <p>La diversité des bases d'imposition</p> <p>La détermination du résultat fiscal et de l'impôt sur les sociétés</p> <p>La notion de résultat :</p> <p>principes et règles de déductibilité</p> <p>détermination à partir du résultat comptable (réintégration et déductions extracomptables)</p> <p>Les charges déductibles :</p> <p>les frais généraux et distinction avec les immobilisations</p> <p>frais de personnel et rémunérations des dirigeants et des mandataires</p> <p>provisions et amortissements : incidences fiscales des règles comptables</p> <p>Les plus ou moins values sur cessions :</p> <p>régime général</p> <p>régimes particuliers</p> <p>Le calcul de l'IS :</p> <p>réintégration, déduction des plus-values long terme</p> <p>acomptes, IFA, liquidation, gestion des déficits...</p> <p>La TVA, principes de base</p> <p>Définition et champ d'application : opérations imposables et exonérées</p> <p>Territorialité de la TVA</p> <p>Le calcul de la TVA exigible :</p> <p>fait générateur et exigibilité</p> <p>base imposable, assiette</p> <p>taux</p> <p>Le calcul de la TVA déductible et collectée</p> <p>Le paiement de la TVA</p> <p>Les impôts directs locaux</p> <p>La C.E.T. (Contribution Economique Territoriale) :</p> <p>champ d'application</p> <p>base d'imposition</p> <p>cotisation minimum</p> <p>Le calcul de la CFE (cotisations foncières des entreprises)</p> <p>La CVAE (cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises)</p> <p>Les autres taxes</p> <p>Les taxes assises sur les salaires, la taxe d'apprentissage, la formation professionnelle continue, la participation à l'effort de construction</p> <p>Organic</p> <p>La TVTS</p>



Durée	2 jours
Prérequis	Avoir des connaissances comptables
Public	Toute personne désireuse de s'initier aux techniques de base de la fiscalité d'entreprise
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	1400 euros



<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, le stagiaire saura :</b> <b>Identifier les différentes structures juridiques et leurs avantages respectifs.</b> <b>Identifier les étapes de la vie juridique des sociétés.</b> <b>Appréhender son rôle et sa responsabilité d'administrateur,</b> <b>Identifier le rôle des actionnaires, du CAC.</b> <b>Organiser les réunions d'AG et de CA.</b>
<b>Programme</b>	<p>1- Repérer le socle juridique de toute société Contrat de société, statuts. Personne morale : capacité juridique, Affectio societatis dans les sociétés. Événements nécessitant une modification des statuts.</p> <p>2- Concilier forme juridique et objectifs à atteindre Critères de choix : responsabilité, ouverture du capital, fiscalité, organisation. Les différentes formes juridiques : SA, SAS, SARL, EURL, SNC, GIE, SCOP, sociétés civiles, associations... Aspects fiscaux et sociaux.</p> <p>3- Comprendre la vie juridique de la société Rôle et pouvoir des organes de gestion : PDG, Président du CA, DG. Pouvoirs du conseil d'administration. Conventions libres, réglementées, interdites. Droit à l'information des actionnaires.</p> <p>4- Jouer son rôle d'administrateur Différentes catégories d'administrateur, droit à l'information de l'administrateur. Cumul avec un contrat de travail. Cumul des mandats sociaux. Déroulement d'une réunion de conseil d'administration (CA). Événements engageant sa responsabilité individuelle ou collective, civile ou pénale.</p> <p>5- Maîtriser les pouvoirs et obligations des associés Différentes AG : AGO, AGE, AGM, AGS. Agenda de l'AG et règles de tenue : composition du bureau, quorum... Différents modes de tenue d'une AG : vidéo conférences, questions écrites. Minorité de blocage. Pacte d'actionnaires. Règles de gouvernance, comités. Illustration : contrôler le PV d'une AG.</p> <p>6- Connaître les points clés d'une bonne gouvernance Rôle des différents comités : audit, stratégie, rémunérations. Relations entre actionnaires, administrateurs et dirigeants.</p> <p>7- Faire face aux événements exceptionnels Opérations de restructuration : fusion, scission, apport partiel d'actifs. Cessions de parts ou d'actions. Augmentation de capital.</p>

	Liquidation amiable ou judiciaire.
Durée	3 jours
Prérequis	Aucun
Public	Cadre non-juriste, nouvel administrateur. Créateur d'entreprise, chef d'entreprise. Responsable Administratif et Financier (RAF).
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	2100 euros



# Droit

## Droit du travail : compétences très larges des relations individuelles et collectives à la paie, droit pénal...

DRTRAV

<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation le stagiaire connaîtra la réglementation dans le cadre des relations de travail employeurs / salariés</b>
<b>Programme</b>	<p>Descriptif</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Savoir où et comment chercher l'information utiliser le Code du travail se repérer dans la jurisprudence consulter la convention collective se référer aux accords d'entreprise les usages dans l'entreprise la valeur du règlement intérieur les informations contenues dans le bulletin de paie Cas pratique : recherche d'informations juridiques dans le Code du travail</li><li>2. Quelques repères dans la vie du contrat de travail quel contrat, dans quelle situation ? clauses obligatoires, facultatives et interdites : clauses de mobilité, de non-concurrence... le fonctionnement de la période d'essai les modifications que l'employeur peut imposer le temps de travail le rôle des représentants du personnel où s'arrête le pouvoir disciplinaire de l'employeur ? accidents du travail, maladies professionnelles, maternité le départ en formation Cas pratique : étude de contrats de travail</li><li>3. La rupture du contrat de travail démission, licenciement, rupture conventionnelle, départ négocié : les conséquences en matière d'indemnités et de préavis motifs de licenciement d'un salarié le rôle des représentants du personnel Cas pratique : les différentes modalités de rupture du contrat de travail</li><li>4. Le changement d'employeur : fusion, absorption, rachat d'entrepris... le sort des contrats de travail et des accords d'entreprise</li><li>5. La défense des droits des salariés se repérer dans l'organisation juridictionnelle française quand et comment contacter l'inspection du travail ? saisir le conseil des prud'hommes : quelles formalités accomplir ? comment et par qui se faire assister ? Quel est le rôle des IRP ?</li></ol>
<b>Durée</b>	4 jours fractionnés



Prérequis	Aucun
Public	Tout salarié, dirigeant, cadre, non cadre, représentant du personnel, délégué syndicaux...
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	2800 euros



## Droit du tourisme : la réglementation de la profession, le contrat de vente de voyages et de séjours, la responsabilité;

DRTOUR

<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation le stagiaire saura identifier le cadre juridique du tourisme et maîtrisera ses aspects règlementaires, analysera les contrats conclus entre les différents intervenants, maîtrisera les bases du droit du tourisme et à la concurrence</b>
<b>Programme</b>	<p>Identifier le cadre juridique du tourisme et maîtriser ses aspects règlementaires</p> <p>Intégrer les principales caractéristiques du droit du tourisme</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Cerner les différentes sources du droit du tourisme</li><li>• Définir les activités concernées</li></ul> <p>Cerner les régimes juridiques applicables aux activités touristiques</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Les textes applicables et leur champ d'application</li><li>• Exercer une activité touristique : tenir compte des conditions et du cadre réglementaire obligatoires</li><li>• Le statut des vendeurs de voyages : les conditions à remplir</li><li>• Cerner les opérations possibles et les obligations afférentes</li></ul> <p>Étude de cas : analyse du champ d'application du cadre réglementaire au regard de différentes catégories d'opérateurs apparues sur le marché du tourisme</p> <p>Analyser les contrats conclus en pratique par les différents intervenants</p> <p>Contrats conclus entre un agent et son client</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Définir les contrats visés</li><li>• Qualifier le contrat</li><li>• L'offre contractuelle : définir quand le contrat est formé et quelle est la réglementation applicable</li><li>• Respecter l'obligation d'information</li><li>• Protection du consommateur : tenir compte des dispositions spécifiques</li><li>• Point sur les clauses abusives en matière de prestations touristiques</li><li>• Exécution du contrat : principaux problèmes en pratique</li><li>• Définir la responsabilité des agents en fonction du contrat applicable et des prestations concernées : billets secs, forfaits touristiques... Contrats conclus entre professionnels</li><li>• Identifier les différents intervenants de la pratique : prestataires de services, hôteliers, tours opérateurs, distributeurs, transporteurs, assureurs, Association Internationale du Transport Aérien (IATA)...</li><li>• Identifier les contrats qui lient ces différents intervenants : contrats de mandat, de commission, de distribution, de franchise...</li><li>• Satisfaire des besoins touristiques sans être prestataires directs de services : intégrer le rôle des intermédiaires et les conventions qui encadrent leurs relations juridiques</li></ul> <p>Étude de cas : analyse et rédaction d'un contrat en application des dispositions applicables</p> <p>Droit du tourisme, droit de la concurrence et commerce électronique : comprendre l'articulation et les spécificités</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Concurrence déloyale, publicité trompeuse... : identifier les écueils et les infractions à éviter dans le cadre d'opérations promotionnelles</li><li>• Vente sur internet : cerner les règles à observer notamment au regard du commerce électronique et de la protection des données personnelles</li></ul>

Durée	4 jours
Prérequis	Aucun
Public	Toute personne travaillant dans le secteur du tourisme
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	2800 euros



# Droit

## Droit des TIC : Loi informatique et libertés (CNIL), Protection des données personnelles, protection des créations numériques

DRTIC

<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, le stagiaire connaîtra les obligations vis-à-vis de la CNIL, la E-réputation, la réglementation E-commerce et la propriété intellectuelle</b>
Programme	Droit de l'Internet et du commerce, Droit de l'internet et du commerce électronique, Droit des Télécommunications, Droit des marchés publics de la communication, Politique de la communication...
Durée	2 jours
Prérequis	Aucun
Public	Toute personne intéressée dans la mise en place d'un système d'information interne
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	1400 euros





<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, le stagiaire connaîtra la réglementation applicable aux pratiques commerciales et concurrentielles</b>
<b>Programme</b>	<p>Gérer l'image de l'entreprise et/ou d'un produit</p> <p>Identifier les éléments protégeables au sein d'une action de communication</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Dénominations, slogans, signes sonores ou figuratifs</li><li>• Apparence de produits, lignes, couleurs, contours, packaging</li><li>• Textes, maquettes, photographies, illustrations, créations musicales ou audiovisuelles...</li><li>• Noms de domaine, concepts...</li></ul> <p>Exercice d'application : définition du caractère protégeable ou non d'éléments de communication</p> <p>Faire le point sur les différents systèmes de protection et juger de leur adéquation avec ses objectifs</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• La protection des marques : conditions de validité et étendue de la protection</li><li>• Le droit d'auteur : identification des œuvres protégeables et étendue de la protection</li><li>• Les dessins et modèles : opportunité du cumul de protection</li><li>• Le cas particulier des bases de données</li></ul> <p>Étude de cas : analyse de la protection d'un slogan publicitaire</p> <p>Faire face à la contrefaçon et à la concurrence déloyale</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Reconnaître les stratégies de communication à risques : contrefaçon, imitation, concurrence déloyale, cybersquatting, référencement sur internet, parasitisme, dénigrement, atteinte à l'image, liberté d'expression...j</li><li>• Protéger ses marques et son image</li><li>• Identifier et évaluer les risques et les chances de succès : identifier et évaluer les droits, gérer la preuve, anticiper la stratégie adverse</li><li>• Définir une stratégie adaptée : action contentieuse ou solution négociée</li></ul> <p>Assimiler le régime de la promotion des ventes</p> <p>Maîtriser le cadre légal des actions promotionnelles</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Encadrer le déploiement des pratiques promotionnelles : loteries prohibées et loteries publicitaires, jeux et concours, ventes avec primes et cadeaux, réductions de prix et revente à perte, ventes subordonnées • Reconnaître et détecter les pratiques déloyales</li><li>• Mesurer les risques encourus : sanctions pénales et autres sanctions</li></ul> <p>Maîtriser le cadre légal des vecteurs de communication électronique</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Les contraintes juridiques spécifiques au support : prospection par courrier électronique, publicité électronique, site internet, réseaux sociaux...</li><li>• La gestion de la protection des données à caractère personnel : les formalités, les droits des personnes et les obligations du responsable du traitement</li><li>• Les risques encourus : contrôles de la CNIL et de la DGCCRF</li></ul> <p>Confier la réalisation et la création d'une campagne de communication à un tiers : le contrat avec une agence</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Les prestations confiées : achat d'espace, création, impression, normalisation....</li><li>• Les obligations et la responsabilité de l'agence</li><li>• Les prestations soumises à une réglementation spécifique</li></ul>

Durée	2 jours
Prérequis	Aucun
Public	Personne ayant des fonctions commerciales et gérant d'entreprise ou responsable d'équipes
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	1400 euros



# Handicap

## Connaitre le handicap dans l'objectif d'améliorer l'accueil des usagers du public

HANDACC

<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, les agents d'accueil terrain sauront accueillir une personne en situation de handicap tout en considérant les contraintes liées à l'environnement et aux situations de vie</b>
Programme	En construction
Durée	2 jours
Prérequis	Aucun
Public	Professionnel de l'accueil physique du public
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	1300 euros



# Handicap

## Approche globale de la question du handicap, de la connaissance en passant par l'intégration au reclassement

HANDCAD

<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, le stagiaire saura reconnaître et aborder les notions de handicap avec ses coéquipiers ou salariés, intégrer, signaler une situation handicapante, penser et conduire un éventuel reclassement</b>
Programme	En construction
Durée	2 jours
Prérequis	Aucun
Public	Cadre, responsable d'équipe, RH souhaitant acquérir des compétences clefs pour mieux appréhender les situations de handicap au sein de l'entreprise
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	1300 euros



# Fonction tutorale

## Formation à la fonction tutorale / contrat aidé / contrat pro...

FORTUT

<b>Objectif</b>	<b>A l'issue de la formation, le stagiaire saura accueillir, évaluer professionnellement et préparer la suite ou la fin de contrat</b>
Programme	Accueillir, aider, informer et guider les bénéficiaires des contrats et périodes de professionnalisation pendant la durée de leur parcours de formation ; Organiser l'activité des salariés concernés dans l'entreprise et contribuer à l'acquisition des savoir-faire professionnels ; Veiller au respect de l'emploi du temps du salarié ; Assurer la liaison avec les organismes de formation ; Participer à l'évaluation du suivi de la formation.
Durée	2 jours
Prérequis	Aucun
Public	Toute personne ayant des fonctions tuteurs à venir en entreprise, cadre, responsable d'équipe ou salarié accompagnant un nouvel intégrant sous contrat particulier (contrat aidé, contrat pro, contrat d'apprentissage...)
Méthode pédagogique	Apport théorique / Mise en situation / Exercices pratiques / Groupe plafonné à 8 participants
Prix Inter	600 euros

