

Participez avec **Tunisie Training** a la protection de l'environnement !
en préférant l'utilisation du catalogue interactif a sa version papier.
vous nous aidez, en exploitant au mieux les technologies de l'information,
à économiser le papier et l'énergie.
un simple geste en faveur du **développement durable**.
www.tunisietraining.com



Catalogue de Formation

2010



EDITO

Dans son approche **Tunisie Training** s'appuie sur une conviction simple : la complémentarité des savoir faire et savoir-être est essentielle à la réussite ; c'est là que réside la capacité des individus à s'engager dans une dynamique de progression et de maîtrise d'un métier.

Ainsi, nos formations permettent à nos clients d'assurer la progression durable de leurs organisations et la progression individuelle de ceux qui y travaillent.

La satisfaction de nos clients repose sur la capacité de nos consultants et formateurs à :

- S'adapter à tous vos environnements,
- Assurer l'actualisation des contenus des formations en temps réel,
- Prendre en compte les besoins de chaque stagiaire pour favoriser une appropriation optimale des contenus et garantir l'efficacité des temps passés en formation,
- Proposer des formations résolument pratiques et directement opérationnelles,
- Privilégier une relation de partenaires avec nos clients qui s'engage sur la qualité.

Avec la formation, nous vous accompagnons dans la conduite de votre changement et savons que cela est synonyme de motivation des individus de cohésion des équipes et d'efficacité des organisations.

Nous aimons partager ces réussites avec vous.

Mehdi BOUALLEGUE,

Manager

QUI
SOMMES
NOUS ?



Une équipe dynamique, Pérenne, soucieuse de vous délivrer une prestation de qualité qui apporte des réponses claires à vos attentes

Une offre de formation composée de plus 150 stages (comptabilité, finances, gestion, droit, fiscalité, management, développement personnel, qualité....)

Les meilleurs consultants formateurs Tunisiens et européens disposant d'une triple compétence :

- Pédagogues, ils sont habitués à être confrontés à un public de « novices » à sensibiliser ou à un public de dirigeants, à convaincre en apportant à chaque fois de la valeur ajoutée
- Praticiens, ils possèdent une réelle expérience professionnelle du terrain et du monde de l'entreprise
- Techniciens, ils sont les professionnels de la technique enseignée.

Une solution sur mesure pour vous accompagner dans vos projets de formation techniques ou de conduite du changement

Un site www.tunisietraining.com pour vous former, vous informer et vous donner la parole

Une stratégie commerciale fondée sur une écoute et proximité client dans un esprit partenarial privilégiant la réussite d'un projet à sa rentabilité

La News lettre mensuelle pour apporter de manière claire et synthétique son expertise technique et son savoir-faire sur un sujet aride à travers une offre complète d'outils, de revues, de codes annotés, de dictionnaires, de guides, de logiciels, de bases documentaires, d'outils d'information en ligne, de produits d'autoformation...

Quels outils sont mis à votre disposition chez Tunisia Training ?



Pour chaque stage, nous détaillons les outils et les moyens pédagogiques mis en œuvre pour vous assurer une rapide acquisition des connaissances.

[Avant le stage]

Questionnaires préparatoires : afin d'intégrer vos attentes spécifiques aux travaux de l'intervenant ;

[Pendant le stage]

Ateliers : cas pratiques, exercices d'application, QCM en groupe ou individuels... pour une appropriation concrète des connaissances

Travaux sur documents stagiaires : travailler sur vos documents pendant la formation permet des partages d'expériences et de points de vue très enrichissants avec les autres participants et l'intervenant ; c'est aussi un véritable audit de vos documents que vous pouvez enrichir et valider

Jeux de rôles : mises en situation de travail pour appliquer immédiatement les nouvelles connaissances

Simulation filmée : pour vous donner les moyens d'apprécier vous-même vos performances et vos axes d'amélioration

Remise d'outils opérationnels (formulaires, tableaux Excel® remis sous forme de CD Rom) pour gagner du temps et de l'assurance lors de votre retour en entreprise

Évaluation des acquis : pour le stagiaire et pour l'entreprise, il s'agit du meilleur moyen de partager la réussite du stage

Remise d'ouvrage : pour prolonger la formation au-delà des journées de stage

Supports multimédia : l'utilisation de l'image dans certaines formations est un puissant facilitateur d'acquisition des connaissances

[Après le stage]

Hotline : pendant 3 mois après le stage, vous bénéficiez d'un suivi pédagogique gratuit. Il vous suffit d'adresser vos questions à nos services par e-mail commercial.tunisiatraining@gmail.com qui les transmettent aux intervenants. Ceux-ci vous répondent rapidement par email ou par téléphone.

Guide des Thématiques

Centre d'appels

Achats

Commerce international

Commercial – Marketing

Coaching- management d'équipe

Gestion de projet

Comptabilité – Fiscalité

Droit des sociétés – droit des affaires

Gestion de la formation

Qualité - Sûreté – Environnement

Informatique



Centre d'appels

Téléconseillers : Maîtrisez vos Entretiens en Emission d'Appels

Téléconseillers : Maîtrisez vos Entretiens en Réception d'Appels

Superviseur : Réaliser un Monitoring et Coacher vos Téléconseillers

Superviseur : Manager et Animer en Centre d'Appels

Chef de Plateau en Centre d'Appels

Développer la Performance de son Centre d'Appels

Le coaching en centre d'appels

Téléconseillers : Maîtrisez vos Entretiens en Emission d'Appels

[Objectifs]

Perfectionner ses techniques d'entretien en émission d'appels ; savoir préparer et structurer ses appels sortants ; passer les barrages et obtenir l'attention de son interlocuteur ; savoir argumenter et répondre aux objections

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Téléconseillers en appels sortants voulant professionnaliser leur entretien

[Programme]

Identifier sa cible de téléprospection pour mieux s'y adapter

Typologie de ses interlocuteurs

Leur niveau d'exigence

Leurs critères de satisfaction

Préparer et qualifier ses fichiers

Se préparer mentalement et physiquement

Faire le point sur ses outils d'organisation (fichiers, fiches contacts, agenda...)

Structurer les étapes de ses appels sortants

Franchir avec succès les différentes étapes

Passer le standard et les secrétariats

"Accrocher" son interlocuteur et présenter l'objet de l'appel

Valider la disponibilité

Personnaliser son discours

Utiliser des techniques de questionnement pour passer en phase de découverte

Choisir ses arguments

Présenter son offre de façon attractive

Repérer les signaux et les freins

Traiter les objections

Comprendre les raisons de l'objection

Etablir la liste des objections classiques

Formaliser et capitaliser des exemples de réponse

Réfuter l'objection prix : comment ?

Conclure et prendre congé

Rassurer son interlocuteur

Valider les propositions ou l'engagement par la reformulation

Conclure et prendre congé

Assurer le suivi

Téléconseillers : Maîtrisez vos Entretiens en Réception d'Appels

[Objectifs]

Améliorer la qualité du traitement des appels et ainsi contribuer à entretenir l'image de sa structure et la satisfaction clients ; répondre avec efficacité en apportant des réponses précises et claires ; maîtriser la directivité de ses entretiens ; mieux gérer les tensions de certains appels et le stress qui en découle

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Téléconseillers en appels entrants voulant professionnaliser leur entretien

[Programme]

Identifier la qualité de service attendue

Les missions du téléconseiller

Typologie de ses clients

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

Superviseur : Réaliser un Monitoring et Coacher vos Téléconseillers

[Objectifs]

Acquérir outils et méthodes de monitoring ; développer les compétences individuelles de l'équipe ; développer un management efficace

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Superviseurs, responsables d'équipe de téléconseillers

[Programme]

Vendre le monitoring aux téléconseillers

Le rôle du monitoring

Les outils du monitoring

Les grilles d'analyses qualitatives

Respecter les étapes du monitoring

Le choix des enregistrements

L'écoute active et la prise de notes

La démarche (contexte, action et résultat)

La préparation du commentaire pédagogique

Coacher le téléconseiller in situ

Observer le téléconseiller sur site

L'écouter activement

Mémoriser

Echanger pendant l'appel

Savoir interrompre le téléconseiller

Apporter une réponse rapide

Vérifier la compréhension et sécuriser

Echanger après l'appel

Présenter la situation, créer un climat convivial

Ecouter et analyser ses appels

Questionner et développer

Orienter et valoriser (renforcement positif et constructif)

Reformuler, souligner et valider

Etablir un plan d'action par téléconseiller

Formaliser et motiver

Rédiger des axes de progrès sous forme d'objectifs

Etre précis et spécifique sur les actions à mener

Cerner ses responsabilités et ses ressources

Le Superviseur : Manager de proximité en Centre d'appels

Evaluer les compétences individuelles et les faire évoluer

Respecter les comportements

Créer une dynamique de groupe

Répartir son temps entre les différents acteurs de l'équipe

Réaliser un suivi régulier des actions

Superviseur : Manager et Animer en Centre d'Appels

[Objectifs]

Maîtriser les fondamentaux du management ; manager sa propre équipe; animer un plateau de centre d'appels au quotidien

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Responsables d'équipe nouvellement nommés, superviseurs

[Programme]

Identifier le rôle de superviseur et d'animateur de centre d'appels

Ses missions, son organisation

Se positionner en tant que manager

Manager ses collaborateurs au quotidien

Identifier les difficultés propres au management

Maîtriser la communication verbale et non verbale

Savoir motiver, fédérer, enthousiasmer

Faire passer un message difficile

Anticiper les conflits pour les éviter

Gérer les ressources humaines de son équipe

Informier et former

Evaluer et développer les compétences individuelles et collectives

Fixer des objectifs

Contrôler les résultats

Etre un relais efficace

Savoir proposer des améliorations et les argumenter

Communiquer avec les autres services

Mettre en place des tableaux de bords et des reportings

Réaliser des animations de plateau

Développer les connaissances société / produits / services

Promouvoir des offres

" Booster " et augmenter les ventes ou services

Dynamiser, créer un esprit d'équipe, motiver

Développer ses outils d'animation

Réussir le lancement de ses opérations

Les planifier, les organiser,

Impliquer les téléconseillers

Faire passer des messages

Chef de Plateau en Centre d'Appels

[Objectifs]

Optimiser la gestion du centre d'appels ; manager efficacement ses équipes ; améliorer la performance de son plateau

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Directeurs d'activité, chefs de plateau téléphonique

[Programme]

Missions du responsable d'activité

Etre "Patron opérationnel" du centre

Etre l'interlocuteur privilégié des "clients"

Développer les compétences nécessaires

Gérer un centre d'appels

Mettre en place les moyens de production

Dimensionner les ressources humaines

Coordonner et animer les différents acteurs internes

Avoir un tableau de bord et des indicateurs pertinents

Assurer le suivi qualitatif et quantitatif de l'activité

Etre garant des engagements contractuels

Manager les équipes

Encadrer, animer une équipe de superviseurs

Responsabiliser et déléguer efficacement

Définir une charte qualité

Mettre en place des actions préventives et correctives

Créer des grilles d'évaluation spécifiques par pôle d'activité

Réaliser les entretiens d'évaluation

Fixer des objectifs

Assurer le développement des compétences de son équipe

Coordonner les remontées d'incidents

Etablir les synthèses des remontées terrain

Coordonner les événements significatifs de l'activité : montées en charge problèmes techniques ou

Fonctionnels remarques des clients, propositions des conseillers clientèle

Faire respecter les règles de confidentialité et le règlement intérieur

Développer la Performance de son Centre d'Appels

[Objectifs]

Posséder des indicateurs quantitatifs et qualitatifs ; accompagner et développer l'activité

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Toute personne en charge de la gestion de l'activité en centre d'appels

[Programme]

Définir la performance d'un centre d'appels

Partir des missions assignées au centre d'appels

Préciser les objectifs quantitatifs et qualitatifs :

En réception d'appels

En émission d'appels

Définir des normes qualité

Identifier les pratiques : que faites-vous et de quelle façon ?

Fixer des axes d'amélioration

Suivre les indicateurs quantitatifs

Les moyens à disposition sur le marché (nouvelles technologies)

Les tableaux de bord : choisir les indicateurs et leur pilotage

Délai et volume d'appels traités :

Par équipe

Par agent

Par type d'appels...

Durée moyenne d'un entretien

Taux de transformation et concrétisation en fonction du type d'appels (vente, réclamation, transfert, recouvrement...)

Suivre les indicateurs qualitatifs

Choisir les indicateurs adaptés à l'activité et à ses objectifs

Concevoir des baromètres qualité

Normaliser les indicateurs : respect du guide, discours téléphonique, attitude générale, maîtrise du métier, maîtrise des outils...

Réaliser des tests, méthode et fréquence : appels mystères, coaching à distance, monitoring

Manager la performance de votre centre

Recourir aux technologies les plus adaptées

Mener les actions correctives de type quantitatif ou qualitatif

Bâtir votre plan d'amélioration

Le coaching en centre d'appels

[Objectifs]

S'approprier les 7 points de la méthode "C.O.A.C.H.E.R".

Adapter les 7 étapes à ses pratiques actuelles.

Mettre en place le coaching pour développer les compétences des conseillers.

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Superviseurs, managers de centre d'appels et toute personne amenée à mettre en place des actions de coaching dans les centres d'appels.

[Programme]

Comme Construire les outils du coaching

Construire le Tableau de Pilotage du Manager.

Définir les critères attendus.

Construire la grille d'accompagnement.

S'impliquer vraiment dans la relation.

Comme Organiser les séances

Déléguer ou faire soi-même ?

Planifier les séances.

Lancer le coaching par une réunion.

Comme "Accompagner"

Écouter.

Dire que ça ne va pas.

Fixer des objectifs de progrès.

Comme "Comparer les résultats et les attentes"

Effectuer un diagnostic objectif.

Identifier les leviers de progrès.

Valoriser les compétences maîtrisées.

Comme "Harmoniser les pratiques"

Identifier les bonnes pratiques.

Partager les bonnes pratiques : double écoute, training, enregistrements... Faire vivre au quotidien les "Best practices".

Comme "Élaborer un plan de progrès"

Savoir fixer des objectifs finaux et intermédiaires.

Communiquer et négocier les objectifs avec le conseiller.

Comme "Reconnaître les progrès"

Féliciter.

Remotiver.

Valoriser les individus, l'équipe.



Achats

Formation pratique à l'achat

Marketing Achat : méthodes et outils

Le Tableau de Bord du Service Achats

Le Cahier des Charges Fonctionnel et Technique : de l'Analyse du Besoin à la Rédaction du Cahier des Charges

Sélection et évaluation des fournisseurs

Formation pratique à l'achat

[Objectifs]

Cerner les enjeux de la fonction Achat dans l'entreprise
Maîtriser les méthodes et outils pour optimiser ses achats

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Collaborateurs d'un service achat - Acheteurs débutants - Futurs acheteurs

[Programme]

Situer la fonction Achat dans l'entreprise

Place de la fonction Achat
Rôle dans la stratégie globale de l'entreprise
Impact des achats sur la rentabilité
Rôle de l'acheteur
Relations avec les clients internes
Éthique de la fonction Achat

Identifier et analyser les besoins de l'entreprise

Adopter une démarche de fournisseur interne
Aider à l'expression des besoins
Savoir exploiter les courbes ABC
Gérer les risques
Atelier : étude de cas d'un besoin d'achat

Analyser les marchés fournisseurs

Mettre en place une veille marketing
Exploiter tous les moyens d'information
Adopter des outils pratiques d'étude de marché
Évaluer et pré-sélectionner les fournisseurs.

Réaliser les consultations

Maîtriser les règles à respecter
Adopter des méthodes efficaces de dépouillement
Utiliser des outils de comparaison des offres
Analyser par le prix et par les coûts de revient
Connaître les formules de révision et risques d'évolution
Sélectionner les fournisseurs
Atelier : cas pratique de dépouillement

Négocier avec les fournisseurs

Déterminer ses objectifs- Se préparer efficacement-Structurer la négociation- Sortir du marchandage
Privilégier la négociation gagnant-gagnant
Jeux de rôles : négocier avec un fournisseur

Connaître les aspects juridiques des achats

Les différents types de contrat
Types de commandes
Clauses d'un contrat
Conditions générales de vente et d'achat

Marketing Achat : méthodes et outils

[Objectifs]

Savoir cartographier et analyser un marché fournisseur
Savoir identifier les risques achats et s'en prémunir
Savoir construire et suivre un plan d'action marketing achat

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Collaborateurs de service

Achat - Acheteurs -

Responsables Achat

[Programme]

Qu'est-ce-que le marketing achat

Comprendre le rôle du marketing Achat
Cerner son positionnement dans l'organisation Achat
Cartographier les besoins en interne
Définir les besoins en interne
Connaître les techniques de segmentation des achats
Effectuer une classification des achats pertinente
Atelier : cartographie des besoins

Analyser les marchés fournisseurs

Cerner les différents types de marchés
Établir la segmentation marché / fournisseur
Adopter une démarche efficace de veille économique et technologique
Établir un panel de fournisseur par catégorie d'achat
Atelier : élaboration d'un panel fournisseur

Étudier les risques et les opportunités du portefeuille

Identifier et évaluer les potentiels de gains à l'achat
Identifier et évaluer les risques
Fixer des priorités
Atelier : réaliser une étude
risques/opportunités

Développer une démarche stratégique

Utiliser des outils pratiques pour établir des priorités
Déterminer des objectifs en lien avec les risques/opportunités
Définir une stratégie Achat
Élaborer et piloter un plan d'actions
Définir un plan d'actions
Choisir les tactiques les plus pertinentes
Bien communiquer en interne
Mettre en place une démarche de suivi
Atelier : élaborer un tableau de bord des achats

Le Tableau de Bord du Service Achats

[Objectifs]

Découvrir les outils de mesure et de suivi de la performance Achats ; maîtriser les différentes étapes

de la mise en place du tableau de bord Achats ; mettre le tableau de bord au service d'une démarche

de progrès

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Responsables et membres d'un service Achats

[Programme]

Situer la place des achats dans l'entreprise

Importance et rôle des achats dans l'entreprise (secteur d'activité, type d'achats, processus d'achats...)

Définir les indicateurs pertinents de performance

Analyser et décliner la politique de l'entreprise

Analyser les besoins internes et externes

Déterminer les objectifs achats

Satisfaire les attentes des clients internes

Mesurer la qualité des prestataires extérieurs et fournisseurs

Décliner les ratios pertinents au niveau économique, technique, en termes de processus et de résultat

Mettre en place le tableau de bord

Préparer la collecte des données, l'organisation matérielle et les niveaux de responsabilité

Décider de la forme et de la périodicité du tableau de bord

Mettre en oeuvre, analyser et améliorer le tableau de bord

Faire du tableau de bord un outil de progrès

Décider des axes d'amélioration par rapport à la politique Achats et aux stratégies définies

Communiquer sur les résultats du service Achats.

Mettre en place le tableau de bord

Préparer la collecte des données, l'organisation matérielle et les niveaux de responsabilité

Le Cahier des Charges Fonctionnel et Technique : de l'Analyse du Besoin à la Rédaction du Cahier des Charges

[Objectifs]

Mettre la notion de besoin au centre de sa démarche ; utiliser les principes clés de rédaction d'un cahier des charges fonctionnel

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Responsables Achats et acheteurs ayant à rédiger des cahiers des charges, chefs de projets, ingénieurs du bureau d'études, des méthodes et de la fabrication

[Programme]

Formaliser le besoin et valider les fonctions

Origine et évolution de l'analyse fonctionnelle

Utilité du cahier des charges

Définition de la "fonction à remplir" et non en terme de "réponses" ou de "solutions toutes faites"

Développement de l'innovation et de la créativité

Adopter l'approche méthodologique

Notions de base

Différents types de besoins Systèmes

Fonctions et expression des fonctions Valeur

Finalité et contrôle de validité

Elaborer un référentiel des finalités d'un objet (bien, service...)

Cahier des charges fonctionnel

Définition des contextes d'utilisation

Contrôle de validité des fonctions

Définition de critères de valeurs des fonctions

Bâtir un cahier des charges fonctionnel

Présentation de la méthode aux interlocuteurs

Préparation de la trame et expression de leurs besoins en terme de fonctionnalités

Synthèse des différents éléments et formalisation des documents

Validation par les différents interlocuteurs

Communication de la demande aux fournisseurs en laissant une place à la créativité et à l'innovation

Sélection et évaluation des fournisseurs

[Objectifs]

Connaître les méthodes de sélection et d'évaluation des fournisseurs.

Acquérir des outils permettant d'améliorer les performances de vos achats.

Etre en mesure d'intégrer la Fonction Achats dans le Système Qualité de l'Entreprise.

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Responsables Assurance Qualité fournisseurs, responsables des achats, du contrôle à la réception.

Responsables qualité et production.

[Programme]

La place des achats dans l'organisation Qualité et fournisseurs

Définitions

La place des achats dans l'organisation

Application dans la Fonction Achats

La mise en oeuvre du processus achats

L'expression des besoins

La sélection des Fournisseurs

Elaboration du cahier des charges

La Charte Qualité Fournisseurs

Plan d'Assurance Qualité

Evaluation des Fournisseurs :

Le contrôle réception des produits achetés

Evaluation des Fournisseurs et Sous Traitants

Le Partenariat

L'audit fournisseurs

Les objectifs de l'audit des fournisseurs

Les relations client / fournisseur en audit

La place de l'audit fournisseur parmi les autres outils de surveillance et d'évaluation des fournisseurs

Les grilles d'évaluation et de cotation

La pratique de l'audit fournisseur :

Déroulement de l'audit

Techniques d'audit

Ecarts

Conclusion et rapport d'audit

Plan d'action

Amélioration des performances

Les tableaux de bord et performances Achats

Les indicateurs



Commerce international

Bénéficiaire des Aides, Assurances et Financements à l'Exportation

Maîtrisez les risques juridiques de vos contrats à l'international

Réussissez vos négociations commerciales à l'international

Le Développement International et l'approche des Marchés étrangers

Bénéficiaire des Aides, Assurances et Financements à l'Exportation

[Objectifs]

Connaître l'ensemble des aides et financements publics et privés liés au développement international de l'entreprise ; gérer et optimiser les financements dans le temps ; mettre en place un business plan

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Responsables Export, directeurs généraux de PME souhaitant bénéficier des aides et financements de leurs opérations internationales

[Programme]

Définir le projet de développement à l'international

Mettre en place une stratégie de développement international, définir les objectifs produits/marchés

Définir les financements nécessaires pour atteindre ces objectifs

Faire la typologie des aides :

publiques/privées, remboursables/non-remboursables

Premiers financements en phase de conception du produit exporté

Le financement et soutien de la recherche orientée export

Les financements privés

Financer la prospection commerciale sur les marchés étrangers

Les aides à la participation aux salons professionnels

Les aides à l'embauche des commerciaux export

Les aides aux investissements à l'étranger

Le fonctionnement de l'assurance

Assurer et financer la transaction internationale

Les assurances transport, les risques de change

Le financement des crédits et les garanties de paiement

Financer la croissance

La mise en place d'un business plan

La valorisation du business plan pour la recherche de financements

Etaler les aides tout au long du développement international de l'entreprise

Maîtrisez les risques juridiques de vos contrats à l'international

[Objectifs]

Identifier et maîtriser contractuellement les risques acheteur vendeur à l'international.
Adapter à son contexte les différents contrats Export (contrat de vente, de représentation...)
Négocier et intégrer les clauses en sa faveur.
Intégrer la démarche juridique et contractuelle à l'offre.

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Ingénieurs d'affaires, chefs de projet, responsables commerciaux et Export, responsables de zone.
Collaborateurs des services juridiques et Export.

[Programme]

Recenser les difficultés juridiques rencontrées à l'international

Qu'est ce qu'un contrat international.
Les principales évolutions des rapports contractuels.
Le nouveau système de responsabilité
La prééminence du droit anglo-saxon, ses spécificités par rapport au droit Tunisien
La prééminence du droit français, ses spécificités par rapport au droit Tunisien

Les différents contrats et leurs caractéristiques

Contrat de vente.
Contrat d'agence, de distribution.
Contrat de licence.
Contrat de consortium ou joint venture.

Comprendre les effets juridiques de l'offre commerciale

L'importance des écrits et leur incidence sur le contrat.
Le rôle des conditions générales de vente.
Rédiger les clauses pour limiter les risques.

Maîtriser les éléments essentiels d'un contrat et leurs conséquences

Le transfert de propriété, le mirage de la réserve de propriété à l'international.
Identifier et limiter les risques en matière de responsabilité.

Maîtriser le risque financier et fiscal

Les garanties bancaires : garanties solidaires et "à premières demandes".
Savoir analyser le risque fiscal étranger.
Se couvrir contre le risque de pénalités.
Le paiement

L'entrée en vigueur, verrou du contrat

La livraison, élément clé de l'exécution d'un contrat.

Régler avantageusement les litiges

Savoir anticiper les risques de litiges.
Les étapes à respecter pour régler un litige.
Sortir d'un litige : le règlement amiable à l'international, l'arbitrage international.

Réussissez vos négociations commerciales à l'international

[Objectifs]

Acquérir les outils et les techniques pour optimiser vos négociations transculturelles.

Identifier son style de négociation et celui de son interlocuteur.

S'affirmer face aux pressions des acheteurs.

Défendre et développer ses marges.

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Responsables de zone, commerciaux Export, chefs de projet, ingénieurs d'affaires.

Responsables Export, responsables de marchés.

Collaborateurs services Export, juridique.

[Programme]

Spécificités de la négociation à l'international

Les différents types de négociations commerciales.

L'environnement juridique, le cadre réglementaire.

Connaître la typologie des négociateurs

Identifier son propre style.

Négocier seul ou en équipe : les bonnes pratiques.

Peser sur le rapport de forces

Analyser les enjeux et les rapports de pouvoirs.

Décoder le langage de la négociation : les 6 curseurs du pouvoir.

Les DO and DON'T de la négociation interculturelle

Identifier l'impact de la culture sur le comportement.

Communication : valeur de l'écrit, de la parole...

Le savoir-vivre en affaires (repas, cadeaux...).

Préparer une négociation à fort enjeu

Définir sa propre stratégie : marges de manoeuvre, zones de repli, zones de blocage, scénarios possibles.

L'incontournable matrice des objectifs.

Maîtriser la négociation de face-à-face

Identifier et agir sur le rapport de force.

Défendre ses conditions : les techniques d'argumentation persuasive.

Faire face aux demandes de concession.

Verrouiller les points d'accord, conclure et suivre.

La négociation en situation conflictuelle

Faire face au "take it or leave it" et autres pièges.

Résister au forcing (lié aux coûts, aux hommes...).

Le Développement International et l'approche des Marchés étrangers

[Objectifs]

Identifier les facteurs clés du succès d'un développement international :

- Mieux appréhender la problématique du développement international
- Comment s'outiller pour s'attaquer à la conquête des marchés internationaux ?
- Comment Choisir un marché étranger ?
- Comment Choisir un mode d'approche du marché étranger ?

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Les dirigeants d'entreprises et les cadres export intéressés par le développement international de leurs structures.

[Programme]

Principales mutations profondes ayant marqué l'environnement international des entreprises

Pourquoi s'internationaliser ?

- Les raisons propres à l'entreprise
- Les raisons liées au marché domestique de l'entreprise
- Les raisons liées aux marchés étrangers
- Les raisons d'ordre stratégique

Toutes les entreprises peuvent elles s'internationaliser ? Le diagnostic export : élément déterminant dans la prise de décision.

Les choix préalables au développement international

- Le choix de la localisation de l'activité internationale : la question du OÙ ?
- Le choix du mode d'entrée sur le marché étranger : la question du COMMENT ?

Table ronde autour du développement international des entreprises

Tunisiennes : Les entreprises nationales face à la conquête des marchés étrangers

- Comment s'y prendre ?
- Les secteurs porteurs
- Les marchés porteurs
- Les formes d'implantation à privilégier...etc.
- Les obstacles au développement international des entreprises Tunisiennes.



Commercial - Marketing

Perfectionnement aux techniques de vente

Les étapes concluantes de la vente

Développez la satisfaction client au quotidien

Prospecter et gagner de nouveaux clients

Programmes de conquête et de fidélisation

Grands Comptes : les conquérir et les développer

Manager un service après-vente

Segmenter ses marchés et ses clients : prendre un avantage concurrentiel durable

Bâtissez votre plan marketing

Le Benchmarking



Perfectionnement aux techniques de vente

[Objectifs]

Donner à chaque participant un nouvel angle de vue d'une fonction dont il maîtrise les fondamentaux :
Identifier ses atouts et repérer ses axes d'accélération des performances techniques et relationnelles,
Démystifier les acheteurs : mieux les connaître, établir des échanges gagnant/gagnant,
Identifier les circuits de décision d'une entreprise pour conclure ses ventes avec succès,
Donner des outils d'analyse du secteur permettant d'identifier les priorités d'actions,
Approfondir les techniques de vente (aller au-delà des étapes classiques) et de négociation pour conclure positivement,
Mettre en œuvre les bons réflexes dès la formation.

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Commerciaux, ingénieurs commerciaux, technico-commerciaux, faisant de la vente en face à face, qui souhaitent se perfectionner en intégrant de nouvelles compétences.

[Programme]

Connaître son marché, piloter son secteur

Observer et analyser son portefeuille client.

Gérer son secteur.

Analyser le circuit de décision du client.

Découvrir et s'adapter au style de l'acheteur

Identifier rapidement les styles d'acheteurs.

Les techniques d'achats qu'il faut connaître.

Développer une relation de qualité et créer des points d'appui

Se préparer, définir un objectif, un plan, Rendre la présentation de sa société plus "vendeuse".

Dépasser la simple expression des besoins et creuser pour identifier les besoins profonds du client.

Maîtriser les cas les plus difficiles : le silencieux, l'agressif, etc.

Sélectionner les arguments les mieux adaptés

Exprimer les caractéristiques du produit et de l'offre en bénéfices pour l'entreprise cliente et pour l'acheteur.

Les techniques éprouvées pour bien argumenter et convaincre et

Parfaire son argumentaire de vente et le développer.

De la vente à la négociation : les clés pour présenter son offre et la rendre "attractive"

Les techniques pour présenter sa proposition de façon naturelle.

Frais annexes, points délicats : négocier des compromis mutuellement satisfaisants.

Savoir défendre ses marges sans dériver.

Les réflexes pour traiter efficacement les objections les plus difficiles

Identifier le "pourquoi" de l'objection : savoir surmonter les inquiétudes du client.

Recadrer et diminuer l'objection.

Les techniques pour traiter avec aisance les objections.

La minute de vérité ou comment conclure pour vendre

5 techniques pour conclure une vente et emporter la décision, Traiter les réticences objectives et dépasser les réticences irrationnelles, Méthode pratique pour présenter son offre à un groupe d'achat.

Consolider sa visite en préparant le prochain entretien : 10 bonnes raisons pour que le client ait envie de vous revoir.

Les étapes concluantes de la vente

[Objectifs]

Grâce à cette formation les participants seront capables de :

Déterminer les raisons qui les empêchent d'améliorer sans cesse leurs performances en matière de prospection et de vente.

Tirer profit des exemples concrets tirés de la pratique et l'intérêt des méthodes et des conseils qui leur sont fournis.

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Directeurs des ventes,

Responsables Grands Comptes,

Conseillers clientèle,

Responsables commerciaux,

... Tout collaborateur engagé dans la relation client

[Programme]

Mieux se connaître pour mieux négocier

Déterminer votre style personnel et professionnel

Respecter le cheminement de l'entretien

Comment maîtriser votre directivité

Canaliser la réaction à la pression

Faire face à des situations extrêmes

Comment utiliser des techniques d'observation, de communication en B to B

Conduire l'entretien sur le mode Gagnant/Gagnant

Comment justifier et défendre votre marge

Faire face à des acheteurs professionnels

Maîtriser la force du silence en phase de conclusion

Maîtriser la négociation face à un groupe de décideurs

Comment vous préparer :

Produire des supports datés, personnalisés...

Identifier la qualité des participants (décideurs ou prescripteurs)

Présenter votre société, vos produits et vos services

Dialoguer avec équité et relancer

Savoir obtenir des engagements concrets.

Savoir découvrir les besoins :

Comprendre la structure mentale des clients

Réussir votre entretien

Analyser les motivations de vos clients

Découvrir leurs besoins avoués et inavoués

Pratiquer l'Ecoute Active ; créer une relation de confiance, rechercher la précision de l'information

Savoir traiter les objections, négocier et conclure :

Négocier et gagner face à la concurrence

Répondre efficacement aux objections

Conclure positivement une vente

Développez la satisfaction client au quotidien

[Objectifs]

Comprendre son rôle dans la qualité du service rendu et pratiquer l'état d'esprit orienté client.

Savoir trouver les mots justes et faire face positivement aux clients dans les situations de stress.

Être capable de traiter les situations de litiges mettant en jeu la relation entre l'entreprise et le client.

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Tout collaborateur, ayant des contacts en face à face et téléphoniques avec les clients : services commerciaux, qualité, comptables, marketing, administration des ventes, logistique, production...

[Programme]

La satisfaction du client, un enjeu capital

Situer son rôle et ses missions.

Mieux comprendre les attentes des clients.

La qualité de service de votre entreprise : un enjeu à tout moment et en toutes circonstances.

Analyser les origines des insatisfactions clients.

Véhiculer une image positive de l'entreprise, du service

Soigner sa qualité de présentation : vestimentaire, verbale, comportementale.

Les formules à privilégier, les expressions à éviter.

Être soi-même tout en représentant l'entreprise.

Faire face aux exigences des clients

Faire le diagnostic de la demande : question apparente et motivation réelle.

Se montrer réactif pour trouver des solutions acceptables pour le client et l'entreprise.

Mettre en valeur les solutions apportées au client.

Gérer le stress de la relation client

Faire face aux urgences, aux imprévus, négocier des délais pour mieux gérer son activité.

Savoir surmonter ses comportements refuges.

Bien gérer les litiges pour fidéliser les clients

Détecter et analyser en finesse la source du mécontentement.

S'affirmer avec souplesse face à ses interlocuteurs en interne pour faire accepter la solution proposée.

Instaurer des relations pérennes.

Prospecter et Gagner de Nouveaux Clients

[Objectifs]

Maîtriser les techniques de prospection et leurs outils ; s'organiser et obtenir des RDV ciblés chez les prospects ; mener efficacement votre premier entretien et développer vos ventes

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Responsables commerciaux, chefs des ventes

[Programme]

Préparer la prospection

Définir les objectifs, les cibles, les marchés dans le cadre de la politique commerciale de votre entreprise

Rechercher les prospects :

- Recherche de fichiers
- Analyse, segmentation et tests

Préparer votre argumentaire

Connaître les stratégies de prospection et leurs outils : Aller vers le prospect :

le mailing, le téléphone, la prospection directe, Internet

Faire venir le prospect : les salons professionnels, les réunions prospects, les VIP

S'inviter chez le prospect : la recommandation, l'essai gratuit

Maîtriser la prospection téléphonique

Découvrir les clés de la communication téléphonique

Prendre RDV : techniques et méthodes

Baliser les étapes de l'entretien

Construire la phrase d'accroche

Passer les barrages secrétaires

Répondre aux objections :

- objections prix
- objections disponibilité
- objections qualité

Savoir conclure positivement

Maîtriser la prospection physique

Conduire un premier entretien

Identifier les principes de la communication

Découvrir la technique des 4C : Connaître,

Communiquer, Convaincre, Conclure

Découvrir les étapes clés de l'entretien

Développer un climat de confiance

Savoir être à l'aise pour mettre à l'aise

Découvrir les premiers mots qui font vendre

Exercer un suivi rigoureux

Elaborer une liste des clients potentiels

Relancer téléphoniquement pour vendre ou reprendre RDV

Suivre régulièrement les prospects

Qualifier en permanence les informations recueillies

Manager un service après-vente : centrez vos équipes sur la satisfaction client

[Objectifs]

Connaître les incontournables du management pour s'affirmer dans le management d'équipes techniques.
Maîtriser les clés de la motivation collective et individuelle et fédérer l'état d'esprit orienté client.
Connaître l'importance de son rôle dans la chaîne de la vente.

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Managers et responsables de SAV.
Responsables d'équipes de maintenance.
Responsables d'une équipe de hotliners.

[Programme]

La mission du responsable SAV

Les spécificités et les missions du Responsable SAV.
Connaître son périmètre d'intervention.
Identifier les attentes de ses managers et les rendre compatibles avec celles de son équipe.
Définir et préserver sa zone d'autonomie.

Manager le SAV avec un état d'esprit orienté client

Mettre le client au coeur du SAV et fédérer au quotidien l'état d'esprit orienté client.
Mobiliser ses équipes autour de la qualité du service rendu.
Sensibiliser les équipes techniques à la satisfaction client.

Les incontournables du management d'équipe technique

Les styles de management efficaces et inefficaces.
Comment éviter les pièges du management "extrême" : copinage, autoritarisme.
Adapter son management à des équipes techniques pour les faire évoluer en douceur.
Faire le diagnostic des forces et faiblesses de son équipe.

Motiver individuellement et stimuler chaque technicien

Viser la qualité en mettant le client au coeur du SAV.
Mener des entretiens mobilisateurs : formuler des feed-back positifs et faire progresser.
Motiver les équipes techniques sur la valeur client.

Maîtriser les face-à-face difficiles

Remotiver un technicien.
Mener un entretien de recadrage : oser dire que ça ne va pas, savoir recentrer sur la fidélisation, la satisfaction des clients.
Gérer les conflits entre collaborateurs.

Animer et piloter l'activité

Mettre en place des plannings d'interventions équilibrés.
Sensibiliser et former à la vente additionnelle.
Être un support efficace pour ses équipes.
Reconnaître et valoriser les réussites.

Segmenter ses marchés et ses clients : prendre un avantage concurrentiel durable

[Objectifs]

Acquérir une vision complète des méthodes de segmentation et de ciblage des marchés et des clients.
Enrichir son approche actuelle et déceler de nouvelles pistes d'évaluation de ses marchés et de ses clients.
Identifier et exploiter les données les plus pertinentes pour mesurer et développer son "capital client".

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Directeurs et responsables marketing, directeurs commercial & marketing, chefs de produits, chefs de marchés.

Directeurs et responsables marketing client.

[Programme]

Maîtriser la démarche de segmentation

S'approprier les objectifs, l'intérêt et les limites de la segmentation.

Savoir utiliser segmentation et typologie.

Segmentation stratégique, marchés et clients : principes clés, objectifs et outils privilégiés.

Des domaines d'activités stratégiques aux marchés et aux clients : une démarche en arborescence.

Segmenter efficacement ses marchés actuels et potentiels

Relier la segmentation des marchés à la stratégie marketing.

La notion de couple produit-marché : quand et comment l'utiliser.

Typologie et segmentation : les principales méthodes, leurs domaines d'application.

Les critères spécifiques des secteurs B to B et B to C.

De la segmentation produit à la segmentation clients

Les critères relatifs à la segmentation clients : valeur actuelle, valeur potentielle, rentabilité, taux de nourriture...

Segmenter par l'analyse du profil client : les types de données intéressantes, les profils complexes.

Utiliser les matrices d'aide à la segmentation client : matrice de fidélité, de potentiel client, RADAR...

Développer les cibles à plus forte valeur ajoutée

Mesurer l'intérêt économique et le degré d'accessibilité de ses marchés cibles ou de ses clients.

Hiérarchiser ses cibles : choix des critères.

Utiliser les méthodes descriptives telles que les scorings RFM, FRAT.

Repérer les critères liés à la loyauté client : signes précurseurs d'infidélité, moments de vérité.

Mettre en place un marketing One to One

Mettre en perspective les cibles clients et les marchés à fort potentiel.

Utiliser les notions de valeur client, capital client et cycle de vie client pour prendre un avantage concurrentiel durable.

Bâtissez votre plan marketing

[Objectifs]

S'approprier les méthodes et outils pour construire et présenter son plan marketing.

Valider les étapes clés et la cohérence de son plan marketing jusqu'à la faisabilité financière.

Structurer les principales phases de son plan : analyse des données, diagnostic, orientations et plan d'action.

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Directeurs et responsables marketing, Chefs de produits, chefs de marchés, chefs de groupe, Directeurs commerciaux ayant à mettre en oeuvre le plan marketing.

[Programme]

Maîtriser la démarche du plan marketing

Objectifs et enjeux des plans marketing stratégique et opérationnel.

Les étapes clés de construction du plan marketing.

Les outils et méthodes à chaque étape.

Replacer le plan marketing dans la stratégie de l'entreprise

Traduire les orientations stratégiques de l'entreprise.

Évaluer la contribution des actions marketing à l'atteinte des objectifs généraux.

Établir et mesurer l'impact des différents scénarios.

Interrelation des plans marketing stratégique et opérationnel.

Le plan marketing stratégique de l'entreprise

Contribution du marketing au projet d'entreprise.

La segmentation stratégique en DAS.

Construire le plan : étapes, outils et modèle types.

Le plan marketing produit

L'audit externe et interne : les faits marquants.

Le diagnostic SWOT : mettre en perspective les marques ou produits sur leurs marchés.

Établir des prévisions de ventes ou de part de marché : méthodologie et principes clés.

Définir les stratégies gagnantes, de la segmentation marché au positionnement produit.

Définir la meilleure adéquation du mixmarketing.

Le plan marketing de crise

Anticiper les crises.

Détecter les facteurs de risques, le degré de probabilité et de gravité. Définir et mettre en oeuvre des stratégies alternatives.

Traduire le plan marketing en actions

Définir les plans d'actions et en assurer la cohérence. Identifier les moyens nécessaires à leur réalisation : budget, planning, équipes projet. Le processus du plan marketing. Tableau de bord et rapport d'activité.

Approche financière et business-plan

Les ratios financiers : point mort, marge, rentabilité. L'élaboration du budget.

Construire le business-plan : points clés.

Le Benchmarking

[Objectifs]

A l'issue de cette formation, les participants seront capable de :

- Développer le réflexe de comparaison de la performance ;
- Acquérir les méthodes de Benchmarking pour améliorer la rentabilité au sein de l'entreprise et augmenter ses performances Marketing et Commerciale ;
- Maîtriser les étapes de la démarche du benchmarking ;
- Acquérir les outils pour piloter une mission de benchmarking ;
- Concevoir un projet de benchmarking en cohérence avec les objectifs fixés par l'entreprise.

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Cette formation s'adresse d'une part à des dirigeants de P.M.E. du secteur des services et d'autre part à des cadres qui ont, ou vont avoir la responsabilité d'un centre de profit.

[Programme]

Présentation et applications

Les principes du benchmarking : Comprendre les enjeux du benchmarking: Les actions sur les coûts ou les délais, L'amélioration des produits ou services

Les champs d'application

Le code de déontologie du Benchmarking

La conception d'un projet Benchmarking

L'utilisation du benchmarking dans la stratégie et les résultats de l'entreprise

Méthodes de benchmarking : Le benchmarking auprès des concurrents directs, Le benchmarking interne et externe, Le benchmarking orienté fonction

Les conditions de la réussite pour la réalisation d'un projet benchmarking : les 4 phases et les 10 étapes du processus, les meilleures pratiques

Poser les problèmes et dysfonctionnements clairement

Fixer le cadre du benchmarking

Etablir des indicateurs de performances

La réalisation d'un projet Benchmarking

Le choix des partenaires

Les sources d'informations (où rechercher l'information : internet, presse spécialisée)

Nommer le responsable de projet, constituer une équipe dédiée

Mettre en place un comité de pilotage

Exploitation des données

Mesurer des écarts de performance

Identifier les causes de non performance

Fixer les futurs niveaux de performance

Plan d'actions et d'évaluation

Communiquer les résultats du benchmarking

Mettre en place un tableau de suivi d'amélioration

Benchmarking comme outil de progrès permanent

Benchmarking et communication interne

Conduite du changement

Knowledge management



Comptabilité – Fiscalité

Réaliser un audit comptable et financier

La gestion de trésorerie : négocier, optimiser et mettre sous contrôle la trésorerie

Analyse financière : garantir la fiabilité de vos diagnostics financiers

Évaluez la rentabilité de vos projets d'investissements

Réaliser un audit comptable et financier

[Objectifs]

Maîtriser la méthodologie de l'audit comptable.

Mettre en oeuvre les techniques et outils de contrôle.

Identifier les caractéristiques de contrôle des principaux cycles comptables de l'entreprise.

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Responsables des services comptables et financiers, chefs comptables, contrôleurs de gestion

[Programme]

Les caractéristiques de l'audit comptable et financier

Les différents types de mission d'audit.

Les normes professionnelles de référence.

Les relations entre auditeurs internes et externes.

Définir les objectifs de l'audit et cartographier les risques

Définir les objectifs de la mission.

Cartographier les risques.

Orientation de la mission :

- Identification des domaines significatifs ;

- La détermination du seuil de signification.

L'organisation et la planification de la mission.

Évaluer le dispositif de contrôle interne

Décrire le dispositif de contrôle interne :

- Outils : flow chart, tableau de répartition des tâches, questionnaires, tests.

- Analyser les forces et faiblesses du contrôle interne.

- Impact de l'examen du contrôle interne sur le contrôle des comptes.

Contrôler l'information comptable

Les techniques et outils de contrôle des comptes

La revue analytique, les validations par confirmation externe, les sondages, les contrôles physiques.

Le dossier de travail : le programme de travail, la structure du dossier de contrôle, les feuilles de travail, la documentation des travaux effectués.

Mettre en oeuvre les techniques de contrôle des principaux cycles de l'entreprise

Achats - fournisseurs, immobilisations, ventes - clients, stocks, trésorerie, paie.

Formuler des conclusions pertinentes et constructives

L'émission de l'opinion sur les comptes.

La formulation des recommandations : le rapport d'audit.

Les destinataires du rapport : comité d'audit, direction générale, commissaires aux comptes...

Le suivi des recommandations et la démarche post-audit.

La gestion de trésorerie : négocier, optimiser et mettre sous contrôle la trésorerie

[Objectifs]

Maîtriser la négociation bancaire.

Optimiser les prévisions, financements et placements.

Optimiser la gestion quotidienne et la gestion de trésorerie d'un groupe.

Créer le tableau de bord de la fonction.

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Trésoriers, directeurs financiers, contrôleurs de gestion, chefs comptables.

[Programme]

Maîtriser la négociation bancaire

Les critères d'évaluation bancaires de l'entreprise :

FIBEN, critères de Bâle II, principaux ratios, critères terrain.

Se préparer à négocier grâce au compte d'exploitation banque/entreprise.

Comment mener un appel d'offres ? la Commission globale et le forfait.

Étude de cas : évaluer les enjeux de négociation grâce au compte d'exploitation banque-entreprise, définir une stratégie de négociation et les enjeux financiers.

Perfectionner ses prévisions pour améliorer le résultat financier

Rappel des objectifs des 3 niveaux de prévisions.

Identification et mise sous contrôle des aléas, actualiser les prévisions.

Analyse d'un budget de trésorerie et d'une prévision glissante.

Améliorer le cadre de gestion actuel

Sélectionner les crédits en intégrant les critères de garantie, souplesse, coût.

Placements : arbitrer entre rentabilité - sécurité - liquidité.

Optimiser la gestion quotidienne en répartissant les mouvements entre banques.

Exercices :

- Évaluer le risque de taux d'un certificat de dépôt négociable (CDN) ;

- Arbitrer entre différentes SICAV en fonction du risque et du montant.

Mettre en place une gestion de trésorerie groupe

Évaluer les gains : négociation, centralisation des positions de trésorerie.

Choix d'une technique de centralisation.

Les évolutions technologiques : logiciels de trésorerie groupe, swiftnet.

Exercice : Choisir une technique de centralisation de trésorerie.

Construire le tableau de bord du trésorier

Méthodologie du tableau de bord.

Sélectionner les indicateurs de performance par rapport aux missions prioritaires.

Contrôle du BFR, de la liquidité, des risques (change, taux), des placements.

Analyse financière : garantir la fiabilité de vos diagnostics financiers

[Objectifs]

Sélectionner les ratios clés en fonction du secteur d'activité.

Détecter les signes de dégradation

Mener l'analyse par les flux.

Intégrer l'analyse stratégique et des risques.

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Analystes financiers, responsables financiers et comptables, credit-managers, contrôleurs de gestion.

[Programme]

Évaluer l'activité et la rentabilité

Rappels sur les indicateurs de rentabilité et les causes de perte de rentabilité.

Approfondir les mesures d'excédent financier : CAF, MBA, EBITDA, EBITA.

Analyser la structure, la rentabilité

Comparaison des analyses fonctionnelle et liquidité.

Déjouer les pièges de l'information comptable.

Reconstituer la véritable situation de trésorerie.

Intérêt de la notion d'endettement net.

Les ratios clés de structure, endettement, trésorerie...

Détecter les clignotants de risque.

Mesurer les rentabilités économique et financière.

Repérer les signes de dégradation et techniques de window-dressing

Les principales techniques de windowdressing permettant d'améliorer artificiellement la rentabilité, la position de trésorerie.

Les facteurs de risque en lecture directe à partir des documents comptables.

Les ratios clés dans la détection du risque.

Approfondir l'analyse par les flux

Reconstituer le tableau de flux.

Évaluer la performance opérationnelle.

La dynamique entre les flux de l'activité et de l'investissement.

La politique financière et la capacité de remboursement des emprunts.

Indicateurs de flux : ETE, cash-flow opérationnel, flux de trésorerie disponible.

Intégrer l'analyse stratégique et des risques

Évaluer la position de l'entreprise sur son marché : grille d'analyse d'un secteur d'activité.

Aperçu des différentes stratégies et atouts concurrentiels.

Détermination des risques clés : humain, technologique, réglementaire...

Évaluez la rentabilité de vos projets d'investissements

[Objectifs]

Définir des prévisions d'activité réalistes.

Maîtriser les critères de rentabilité des projets marchands et non marchands.

Évaluer et simuler les risques.

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Responsables financiers, contrôleurs de gestion, responsables d'activités.

[Programme]

Bâtir des prévisions d'activité réalistes

Les études marketing permettant d'évaluer la taille du marché.

Les approches marketing pour évaluer le niveau d'activité : partir du marché, de l'entreprise ou de l'exigence de rentabilité.

Évaluer la rentabilité "économique" d'un projet

Typologie des projets d'investissement et niveau de risque.

Évaluer les paramètres financiers du projet : flux de trésorerie d'investissement (FTI) et d'exploitation (FTE), durée, valeur résiduelle ou finale.

Comprendre le mécanisme de l'actualisation.

Justifier du taux d'actualisation en fonction du risque.

Comprendre les différents critères et arbitrer entre eux : délai de récupération, valeur actualisée nette (VAN), taux de rentabilité interne (TRI), IP...

Projets à durée indéfinie : définir l'horizon de la prévision et la valeur finale :

- illustration : procédure de sélection d'investissement ;

- évaluer la rentabilité économique d'un projet d'investissement.

Simuler la rentabilité et les risques

Modéliser le projet sur tableur : variables externes, d'action, de décision.

Définir le bon niveau d'agrégat des données, fonctions utiles sur tableur.

Analyser la sensibilité, bâtir des scénarios, analyse de réversibilité.

Définir un plan de repli en cas de scénario catastrophe (crash case).

Arbitrer entre risque et rentabilité.

Assurer le suivi : le tableau de bord du projet.

Évaluer la rentabilité financière

Aperçu du plan de financement.

Distinction entre TRI projet et TRI actionnaire.

Adopter une présentation convaincante

Présenter la stratégie, les principaux plans d'action, les atouts.



Droit des sociétés – droit des affaires

Pratiquer et Analyser les Principaux Contrats Régissant la Vie des Entreprises

La Responsabilité Civile et Pénale de l'Entreprise et de ses Dirigeants
Responsabilité de l'Employeur et de ses Représentants en Matière de Droit du Travail

La Gestion d'un Dossier Prud'homal

Contrats internationaux : négocier et rédiger efficacement les clauses

Le recouvrement judiciaire des créances client



Pratiquer et Analyser les Principaux Contrats Régissant la Vie des Entreprises

[Objectifs]

Étudier les grands types de contrats de la vie des affaires ; dresser un panorama des activités contractuelles de l'entreprise afin d'assurer sa sécurisation

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

tous membres des services juridiques, financiers, comptables, commerciaux, marketing, achats, production, R&D et toutes personnes intéressées par la maîtrise du droit des contrats

[Programme]

Points étudiés pour chacun des contrats cités Les clauses fondamentales et spécifiques :

Les clauses sensibles et les risques associés

Les précautions usuelles à prendre pour éviter tout litige

Les points clés de négociation

Les contrats commerciaux Le contrat de vente

Le contrat de prestation de service

Le contrat de prêt ou de location

Opposabilité des conditions :

les conditions générales de vente versus

les conditions générales d'achat

Les contrats (de canal) de distribution La concession exclusive

Le contrat de franchise

La distribution sélective

Les notions d'exclusivité : la validité des clauses de non concurrence au regard du droit des ententes et des abus de position dominante

Les contrats d'achat et de production Le contrat d'approvisionnement (biens ou matières premières)

Le contrat d'achat de prestations intellectuelles (conseil...)

Le contrat informatique et/ou télécoms

Le contrat de maintenance

Le contrat de sous-traitance

Le contrat de coopération industrielle

Joint venture et GIE

Les contrats liés à la gestion des locaux de l'entreprise

Les baux commerciaux

Le contrat d'achat de prestations de service (nettoyage...)

Les contrats permettant la couverture des risques de l'entreprise

Les contrats d'assurance, responsabilité civile, d'assurance crédit

Les contrats de financement

Le crédit bancaire

Le crédit bail

La Responsabilité Civile et Pénale de l'Entreprise et de ses Dirigeants

[Objectifs]

Connaître les risques encourus par les responsables et cadres dirigeants ainsi que par l'entreprise elle-même ; pouvoir prévenir ces risques pour ne pas s'exposer à une éventuelle responsabilité pénale

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Responsables et membres des services juridiques, dirigeants et responsables susceptibles de voir leur responsabilité pénale engagée

[Programme]

Les grands principes du droit pénal

L'action civile et l'action pénale

Les codes et textes qui régissent le droit pénal

Le principe d'une infraction :

- l'élément légal
- l'élément matériel
- l'élément moral

Définition, exemples et caractéristiques des principales infractions de droit commun : vol, abus de confiance, escroquerie, recel, faux, corruption, diffamation, injure

Le principe de la peine et son application : les différentes peines applicables en droit commun et en droit économique

La procédure pénale

Son déclenchement : pourquoi, comment et quel contrôle ?

Action publique et action civile : explication, points communs, différences

Les intervenants dans une procédure pénale : rôles, pouvoirs, attitudes, représentation

L'enquête et l'instruction : le rôle et le pouvoir du procureur de la République et du Juge d'instruction

Comment réagir face à une mise en examen de l'entreprise ou du dirigeant ?

Le procès et les voies de recours

La responsabilité du dirigeant face à la responsabilité de l'entreprise

Le périmètre de la responsabilité du dirigeant : analyse des situations, détection des zones de risque, mise en conformité au regard de la loi pénale dans les différents domaines, risques encourus :

- les infractions liées au seul intérêt du dirigeant
- les infractions liées à l'activité commerciale
- les infractions liées à l'activité industrielle
- les infractions liées au droit et à la sécurité du travail
- les infractions liées à la gestion de l'entreprise

La protection du dirigeant : la délégation de pouvoir

Conditions de fond et conditions de forme

Etendue

Conséquence

Les autres formes de protection

La limitation de la responsabilité pénale par la limitation de la responsabilité civile : difficultés de mise en oeuvre et limites

La prescription : extinction de la responsabilité pénale : mise en oeuvre et limites

Responsabilité de l'Employeur et de ses Représentants en Matière de Droit du Travail

[Objectifs]

Appréhender le fonctionnement des instances prud'homales et savoir gérer un dossier devant cette instance

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Directeurs, responsables et membres des services Ressources Humaines

[Programme]

Fonctionnement et saisine du Conseil des Prud'hommes Spécificités

Qui sont les conseillers prud'homaux ?

Saisine du Conseil des Prud'hommes

- Par l'entreprise
- Par le salarié

Comment réagir à la réception d'une citation prud'homale Compétence du Conseil des Prud'hommes :

- compétence d'attribution
- compétence territoriale
- compétence des sections

Irrecevabilité des demandes :

- l'unicité de l'instance prud'homale
- la prescription de l'action en paiement des salaires
- le reçu pour solde de tout compte
- la transaction

Etapas de la procédure prud'homale Situations d'urgence et référé

Phase de conciliation, les conseillers rapporteurs

Demandes d'expertise

Audience de jugement

Départage

Préparer la défense de l'entreprise Représentation et assistance des parties : dans quel cas prendre un avocat

Définir sa stratégie

Communication des pièces

Exceptions de procédures

Défense au fond

Gestion des incidents d'audience

Transaction à la barre

Le jugement et ses suites L'exécution provisoire

Quand faut-il faire appel d'une décision ?

Voies de recours Appel et pourvoi en cassation

Contredit

Opposition

La Gestion d'un Dossier Prud'homal

[Objectifs]

Connaître les risques pénaux liés au droit du travail ; mettre en place un système de veille et d'anticipation au sein de l'entreprise

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Directeurs, responsables Ressources Humaines

[Programme]

Le cadre de la responsabilité pénale de l'employeur au niveau du droit du travail

Les évolutions législatives récentes

Responsabilité des personnes morales et des personnes physiques

Mettre en place de façon efficace une délégation de pouvoirs. Conditions de la responsabilité

Cas d'exonération de la responsabilité

Sanctions pénales et sanctions civiles

Les responsabilités au niveau de l'emploi

Travail dissimulé, travail temporaire et sous-traitance

Délit de marchandage et prêt illicite de main d'oeuvre

Mise en cause de la responsabilité du donneur d'ordre

Le cadre de la responsabilité pénale de l'employeur au niveau du droit du travail

Les évolutions législatives récentes

Responsabilité des personnes morales et des personnes physiques

Mettre en place de façon efficace une délégation de pouvoirs

Conditions de la responsabilité

Cas d'exonération de la responsabilité

Sanctions pénales et sanctions civiles

Les responsabilités au niveau de l'emploi

Travail dissimulé, travail temporaire et sous-traitance

Délit de marchandage et prêt illicite de main d'oeuvre.

Mise en cause de la responsabilité du donneur d'ordre

Les infractions à la durée du travail

Durées maximales, négociations

Obligatoires, heures supplémentaires, organisation du temps de travail

La santé au travail

Accident du travail et maladies professionnelles : diagnostic, prévention, gestion des risques

Discrimination au travail et harcèlement moral

Motifs de discrimination : inégalité de rémunération, de formation, de qualification

Discrimination syndicale

La qualification du harcèlement

Le respect de la liberté des salariés

Usage d'Internet et de l'Intranet

Les messageries

Le contrôle d'accès à l'entreprise

La vidéo surveillance

Le délit d'entrave

Caractérisation, déclenchement des poursuites, sanctions

Comment réagir en cas de poursuite pénale

Le déroulement de la procédure

L'élaboration du dossier

Contrats internationaux : négocier et rédiger efficacement les clauses

[Objectifs]

Analyser et savoir rédiger les clauses essentielles des contrats internationaux (vente, contrats de coopération...).

Faire des différences culturelles un atout dans la négociation pour garantir la bonne exécution de ces contrats.

Prévenir les difficultés d'exécution et les risques de contentieux.

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Juristes - Toute personne ayant à négocier ou gérer des contrats internationaux (commerciaux, chefs de projets, ingénieurs, financiers...)

[Programme]

Identifier les risques particuliers des contrats internationaux

Architecture du contrat international, conventions internationales et règles du commerce international

Typologie des contrats complexes

Risques spécifiques et vigilance dans la rédaction des clauses

Risque de non-paiement et de défaillance du partenaire : clauses et modalités de garantie de paiement

Maîtrise des coûts et clause de gestion du risque de change

Imprévision et risque politique : les clauses d'imprévision

Instabilité des lois, variation des règles fiscales

Anticipation de la mauvaise exécution ou de l'inexécution, les clauses de pénalités et de dommages et intérêts

Contenu des clauses d'exonération de responsabilités

Gestion des conflits : clauses de prévention et de règlement des litiges

Clauses de sortie dans les contrats complexes

Réussir la négociation en s'adaptant à des cultures variées

Impact des valeurs culturelles dans la négociation

Décoder la communication verbale et non verbale

Erreurs de forme et de fond à ne pas commettre

Gérer un conflit loin de la Tunisie

Le recouvrement judiciaire des créances client : bénéficiez des bonnes pratiques des avocats

[Objectifs]

Optimiser le coût du recouvrement judiciaire: En utilisant rapidement et efficacement les techniques de recouvrement judiciaire qui peuvent être mises en oeuvre directement par l'entreprise ; En devenant un interlocuteur efficace des avocats, huissiers, En maîtrisant la législation

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Responsables et collaborateurs de services juridiques, comptables et contentieux

Toute personne en charge du suivi des comptes clients

[Programme]

La constitution du dossier : préalable nécessaire à toute action judiciaire

Pièces et documents contractuels nécessaires : preuves au judiciaire, délais de prescription.

Choix de la bonne juridiction.

Compétence d'attribution territoriale.

Choisir et mettre en oeuvre la "bonne" procédure pour obtenir un titre exécutoire

L'assignation au fond : déroulement et précautions.

L'injonction de payer : forces et faiblesses.

L'injonction de payer européenne.

L'assignation en référé provision.

La transaction en cours de procès

Réussir les référés provisions : la procédure "phare" du recouvrement de créances

Optimiser cette procédure par l'usage de clauses contractuelles.

Déroulement de la procédure : se confronter à la pratique des tribunaux.

Contrôler l'efficacité des procédures.

Procéder à l'exécution forcée d'un jugement rendu en faveur du créancier

Importance du titre exécutoire.

Les mesures d'exécution forcée : les saisies

Les bons réflexes à chaque étape de la procédure.

Gérer les paiements partiels.

Initier une saisie conservatoire

Dans quelles circonstances l'utiliser ?

Les différentes mesures conservatoires.

Sauvegarder les intérêts de l'entreprise dans les procédures collectives

La procédure de sauvegarde.

Effets et contraintes pour les créanciers : la déclaration de créance (délai, contenu, effets).

La clause de réserve de propriété.

La continuité des contrats en cours.

Les rapports avec l'administrateur judiciaire, le représentant des créanciers...

Effets de l'ouverture de la période d'observation.

Effets du jugement de liquidation judiciaire.



Gestion de la formation

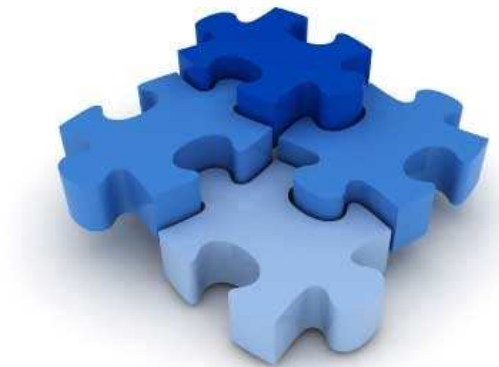
Le Plan de Formation : Elaboration et Mise en oeuvre

Le Cahier des Charges : Conception et Mise en Place des Actions de Formation

Mettre en Place les Indicateurs de Performance du Service Formation.

Mettre en Place et Gérer une Démarche Qualité en Formation

Savoir Evaluer les Actions de Formation



Le Plan de Formation : Elaboration et Mise en œuvre

[Objectifs]

Construire un plan de formation articulé sur les projets de l'entreprise et centré sur les besoins en développement des compétences des salariés ; s'approprier des méthodes et outils directement transposables dans le contexte professionnel

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Responsables Formation, responsables Ressources Humaines ou membres des services chargés d'élaborer ou de mettre en œuvre le plan de formation

[Programme]

Plan de formation et stratégie de l'entreprise

Fonder le plan annuel de formation sur les projets économiques et sociaux pluriannuels de l'entreprise
Définir les axes prioritaires du plan Impliquer la direction et la hiérarchie fonctionnelle

Du recensement des besoins de formation à la préparation du projet de plan

Une démarche participative

Un travail sur 4 entrées :

- besoins de l'unité
- besoins individuels
- approche par projet
- approche par la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences

Le chiffrage du budget nécessaire et sa négociation

Intégrer les nouveaux moyens d'accès à la formation

Articuler le DIF avec le plan de formation

Prendre des décisions en matière de formation

Mise en forme du plan et consultation des représentants du personnel

Mise en forme du plan, sa validation par la direction

Structuration selon les 3 catégories d'action de formation

Consultation du comité d'entreprise et de la commission Formation

Le plan de formation : de l'ingénierie à l'achat de la formation

La définition des cahiers des charges des actions de formation

Le montage des actions de formation et l'optimisation de la réponse Formation :

- achat sur catalogue de stages interentreprises
- appel d'offres pour les projets intra sur mesure
- réalisation en interne

De la mise en œuvre du plan à l'évaluation de la formation

Le lancement et le suivi des actions de formation

Les tableaux de bord et le suivi budgétaire

Concepts et objectifs de l'évaluation

Elaborer et mettre en œuvre un dispositif d'évaluation

Effectuer le bilan de la formation

Le cahier des charges : conception et mise en place des Actions de Formation

[Objectifs]

Maîtriser la méthodologie et les outils en amont des actions de formation afin de bien les concevoir et d'en optimiser les résultats

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Responsables Formation, concepteurs de stages et de systèmes de formation, concepteurs d'ingénierie pédagogique

[Programme]

Le cahier des charges

Définition des objectifs opérationnels de l'entreprise

Analyse des cibles : pré-requis, nombre...

Les priorités, thèmes et enjeux de l'action de formation

Définition des objectifs pédagogiques

Elaboration du cahier des charges : qui, quoi, comment

Méthodes utilisables : cahier des charges type, norme AFNOR, ISO

La conception des actions de formation

Analyse de la matière et découpage en modules

Etude détaillée par module : objectifs, contenu, méthodes

Choix pédagogiques : comment répondre aux contraintes

Techniques d'animation à utiliser selon les objectifs

Elaboration du schéma pédagogique

La mise en place des actions de formation

Réalisation des supports

apprenants/animateurs

Mise en œuvre des outils d'évaluation

La conception des outils d'évaluation

Les différentes évaluations

Les acteurs de l'évaluation

La mesure de l'atteinte des objectifs opérationnels

Mise en œuvre des outils de l'évaluation

Analyse qualitative et quantitative des résultats

Les apports des nouvelles technologies à toutes les phases du processus

Analyse quantitative et qualitative des résultats

Logistique : organisation de l'espace et des moyens

Mettre en place les indicateurs de performance du service formation

[Objectifs]

Intégrer le concept de performance au cœur de l'activité du service formation

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Responsables et membres des services Formation

[Programme]

Les enjeux de la performance du service Formation

La formation au cœur de la gestion des compétences

La formation au service de la compétence individuelle et de la compétence collective

Définir la performance du service Formation

La formation et les objectifs de l'entreprise

Valeur ajoutée de la formation

Traduire la valeur ajoutée par des indicateurs

Déterminer les indicateurs clés pour chaque phase du processus

Implication des acteurs dans la formation

Relations avec la DG et la DRH

Accompagnement des managers

Relations avec les représentants du personnel

Négociations individuelles et collectives

Indicateurs de succès des relations externes : OPCA, fournisseurs

Indicateurs de suivi et d'évaluation des actions

Gestion des appels d'offre

Ingénierie pédagogique

Évaluation des actions menées et retour sur investissement

Les relations avec les prestataires

Analyse de son panel de fournisseurs

Nombre de prestataires, qualité de la relation

Apport du service Achat

Les indicateurs de gestion des dispositifs

Des indicateurs pour les principaux dispositifs

Identifier les ratios pertinents

L'optimisation de la relation avec l'OPCA

Les indicateurs budgétaires et financiers

Le suivi budgétaire

Indicateur de performance des coûts de formation, des recettes de formation, des temps de formation, des coûts de gestion

Faire de ces indicateurs des moyens d'action

Elaborer un tableau de bord lisible des indicateurs de performance

Communiquer autour des résultats

Mettre en place et gérer une démarche qualité en formation

[Objectifs]

Mettre en place la démarche qualité en formation pour améliorer l'efficacité de la prestation du service Formation

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Responsables Formation, chargés de formation et consultants internes, responsables Ressources Humaines chargés de la formation

[Programme]

La qualité en formation : concept et approche

La qualité : historique, concepts et évolution des pratiques

Pourquoi entreprendre une démarche qualité en formation

La Relation Client Fournisseur Interne (RCFI), support de la qualité

L'évolution des normes ISO 9000 Faire le lien entre l'évolution des normes et la réforme de la formation professionnelle

Qualité, démarche, processus et formation

L'implication des acteurs de la formation dans la démarche

Décrire le processus Formation

Elaboration et production d'indicateurs

Elaborer un projet de formation à partir des besoins

Le recueil des besoins

Comment s'assurer de l'adéquation au besoin tout au long de la réalisation du projet ?

L'apport de la qualité pour l'évaluation

Les enjeux de l'évaluation de la formation

Construire un dispositif d'évaluation

Tableau de bord et indicateurs

L'audit qualité en formation

Mise en place d'un processus d'amélioration continue

Outil d'analyse

Outils de construction et de pilotage

Savoir évaluer les actions de formation

[Objectifs]

Acquérir une méthodologie et des outils d'évaluation pour permettre la mesure des actions de formation et le suivi de ses effets dans l'entreprise

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Responsables et assistant(e)s Formation

[Programme]

La place de l'évaluation dans la globalité du processus de formation

Des objectifs de formation au dispositif d'évaluation

Décliner les objectifs généraux de l'évaluation

Pour chacun des responsables concernés par l'action de formation

Pour chacun des champs de l'évaluation

Evaluer le champ technico-pédagogique

Les savoirs acquis

L'adéquation du programme de formation à l'objectif recherché

La compétence du ou des formateurs par rapport aux objectifs et aux publics

La pertinence des méthodes pédagogiques et des outils

Le processus de mise en œuvre de l'action de formation

Evaluer le champ socioprofessionnel

Les savoir-faire au poste de travail

Le savoir-être en travail d'équipe et en relation hiérarchique

Ce qu'ils induisent en terme quantitatif et qualitatif

Evaluer le champ stratégique

Mise en évidence de la dimension stratégique qu'initie la demande d'évaluation pour chacun des acteurs

Construire un dispositif d'évaluation

Les indicateurs convenables

Le champ d'observation

Qui évalue, avec quoi, où, quand ?

Définir les outils de l'évaluation

Le questionnaire

La grille d'auto-évaluation

Le canevas d'entretien semi-directif

Exploiter les résultats de l'évaluation

Dépouillement des questionnaires et des entretiens, leur analyse

Suivi des tableaux de bord et des tableaux chronologiques

Mesure des écarts et diagnostic des changements

Identification des éventuels dysfonctionnements

Intégration des résultats dans la stratégie de formation

Définir les champs à évaluer

Construire le dispositif et mesurer les résultats

Manager des temps de crise



Les fondamentaux du management

Les fondamentaux de la communication interpersonnelle

Conduite de réunion

Prendre la parole en public

Pratique du management adapté

Les outils du manager

Développer son leadership

Conduire le changement

Mener les entretiens périodiques

Manager un projet

Communiquer sur la qualité **Nouveau**

Gérer son temps et ses priorités

Le développement personnel

Transformer son stress en source d'énergie

Gérer les conflits dans son équipe

Les incontournables 2010

Manager, devenez le coach de votre équipe

Tous talentueux : devenir un manager durable **Nouveau**

Gérer les personnalités difficiles **Nouveau**



Les fondamentaux de la communication interpersonnelle

[Objectifs]

A l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- maîtriser les mécanismes de communication et de les transposer directement dans le cadre de leur métier ;
- exprimer une idée argumentée et synthétique afin de provoquer l'adhésion de leur interlocuteur ;
- mieux comprendre le rôle des motivations dans le comportement des personnes au travail, quelle que soit sa fonction dans la structure du site d'accueil ;
- améliorer ses capacités à rechercher, prendre en compte et développer ses motivations personnelles et celles de l'équipe ;
- anticiper et éviter les conflits destructeurs ;
- identifier avec lucidité ses comportements efficaces ou inadaptés dans les situations de face-à-face ;
- traiter le désaccord avant qu'il soit trop tard ;
- Accroître sa confiance en soi et développer son charisme ;
- encourager l'expression bénéfique des différences ;
- gérer les désaccords avec compétence et assurance ;
- S'entraîner pour développer de véritables réflexes d'affirmation de soi.
- dégager des principes d'action utilisables par tous.

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Tous les acteurs d'une entreprise ou d'un service amenés à travailler en équipe. Ce séminaire peut être préalable à la mise en œuvre d'un projet d'entreprise.

[Programme]

Le cadre de référence

- Ses composantes
- Comment parler un langage commun
- Effacer les barrières (sociales, psychologiques, culturelles, de générations, etc.)
- Utiliser le feed-back

Le cycle de la compétence

- Un savoir tourné vers l'action
- Des compétences individuelles à la compétence collective
- Être et rester "consciemment compétent"

Créer l'environnement favorable au succès

- Le recadrage positif
- Les marques de reconnaissance
- Établir des relations OK+ / OK+

L'affirmation de soi dans le respect des autres

Les styles de communication

- Les 4 styles fondamentaux
- Découvrir son propre style
- Adapter son mode de communication à celui des autres
- Pratiquer la flexibilité

Avoir des objectifs communs

L'écoute

- Les dix obstacles à l'écoute
- Les attitudes facilitantes de l'écoute
- La force du silence

Le traitement à chaud d'un conflit

- Le choix d'une attitude : la confrontation, choisir de céder, chercher le compromis, l'évitement, la collaboration
- Savoir déterminer les points de convergence : le recadrage du problème
- Sortir du conflit par la négociation

La prévention des conflits

- Trouver des objectifs et des valeurs communes
- Pratiquer la négociation au quotidien
- Surveiller le climat social
- Substituer aux rapports de force une réflexion sur le raisonnement

Les enjeux

- Pour l'unité de travail
- Pour l'Entreprise
- La Zone d'Intérêts Communs

Exploiter les informations

- Les différents types d'information
- La circulation de l'information
- Comment informer efficacement

Piloter dans la durée

Animer un groupe de travail : conduite de réunions

[Objectifs]

A l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- mieux connaître leurs atouts et leurs handicaps dans leur style de conduite de réunion
- trouver le style qui convient le mieux à leur personnalité et à leur fonction
- développer la compétence des participants aux réunions qu'ils animent
- élaborer une stratégie à partir des besoins de l'entreprise.

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Cadres et responsables d'entreprises ou d'institutions amenés à animer des réunions dans le cadre de leurs fonctions

[Programme]

Mettre en place un système de réunion adapté

- La place des réunions dans la vie d'une entreprise
- Le rôle des réunions dans votre activité

Organiser une réunion et définir les objectifs

- La préparation
- La définition des objectifs
- Comment impliquer les participants

Réussir les différentes réunions

- Les différents types de réunion : le Conseil d'Administration, les Commissions, les groupes de travail, de créativité, les réunions avec les salariés, les réunions avec les Autorités locales, les amicales
- Les étapes-clés
- Equilibrer planification et participation

Utiliser les potentiels du groupe

- Développer ses capacités d'écoute
- Répartir les rôles
- Intervenir comme participant
- Faciliter les échanges et la production
- Connaître et repérer les phénomènes de groupe
- Identifier les pouvoirs en présence et leurs enjeux

Transformer une réunion en événement

- Les supports et outils de communication face à un groupe
- Les techniques d'animation
- Comment varier les réunions en fonction : du budget-temps, du public, du nombre de participants de l'objectif de la réunion

Parler en public

[Objectifs]

A l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- mieux connaître leurs atouts et leurs handicaps dans l'expression orale ;
- trouver le style d'orateur qui convient le mieux à leur personnalité ;
- captiver et maîtriser un auditoire notamment dans le cadre des Assemblées Générales ;
- gérer les incidents pouvant survenir lors de leurs interventions ;
- organiser et structurer leurs idées à l'oral ;
- utiliser des méthodes favorisant l'improvisation quand celle-ci devient inévitable

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Présidents de Conseil d'Administration, Présidents de Comité de Surveillance, Administrateurs, Cadres et Ingénieurs et plus généralement toutes personnes amenées à prendre la parole devant un public.

[Programme]

Les enjeux de l'orateur

- On est jugé à travers notre compétence de communication par la parole
- Nous nous jugeons à travers notre aptitude à dire les choses
- La parole est un pouvoir, mais il y a un mythe de l'orateur

Les différentes situations de prise de parole en public

- Compte rendu de réunion
- Le rapport oral
- Les allocutions
- Les conférences

Préparer son intervention

- Les questions préliminaires
 - Quel est le sujet ? Quel est l'objectif ?
 - Quel est l'auditoire ?
 - Ai-je des messages à faire passer ? lesquels ?
 - Ai-je toutes les informations nécessaires ? que me manque-t-il ?
 - Quelles seront les conditions matérielles ?
- Les 10 étapes de la préparation de l'exposé
- Les différents plans possibles
 - Structures
 - Cas d'utilisation
- Appréhender son stress
 - Se libérer des inhibitions psychologiques et des tensions physiques
 - Développer la confiance en soi

La structure de l'exposé

- Obtenir l'attention immédiatement : prendre la dimension de l'auditoire
- L'introduction
 - Les différentes façons d'éveiller la curiosité
 - L'annonce du plan

- Le développement
 - la magie du conteur
 - "dire qu'on va le dire..., le dire..., dire qu'on l'a dit !"
 - faire parler les chiffres
- Créer les conditions du dialogue
 - susciter les questions
 - techniques d'écoute et de reformulation
- Présenter et faire voter des résolutions
- Conclure une intervention : l'art de la chute, quel souvenir laissez-vous ?

La "mise en scène" de soi

- Etre soi-même
 - tirer parti au mieux de ses qualités
 - déceler ses points d'amélioration
- L'expression du corps
 - tout votre corps communique
 - la puissance du regard
 - l'harmonie du sentiment et du geste
- Le pouvoir de la voix
 - rythmer son discours
 - aérer son discours
 - éviter de se noyer dans ses paroles
 - ne pas se laisser emporter !
 - les mots pour le dire : utiliser des prédicats, visuels, auditifs, kinesthésiques, olfactifs

L'organisation des idées à l'oral

- La pensée orale
- Typologie des modes d'organisation
 - mettre en évidence sa propre technique spontanée
 - permettre à chaque stagiaire de développer sa méthode
- Le triangle "Vous-Je-Nous"

Gérer les événements qui peuvent survenir

- Du fait des participants : l'auditoire est moins nombreux que prévu, un (des) participant(s) se montre : trop bavard - perturbateur....
- Maîtriser la panne
- Improviser sans parler la "langue de bois"
- Respecter (et faire respecter) le temps imparti

L'utilisation des aides

- Le microphone
- Le rétroprojecteur
- Le tableau de papier
- Les dossiers à remettre aux participants : composition, quand les donner

La prise de parole en "groupe"

- Rôle du meneur de débats : présenter les intervenants, donner la parole, recentrer le débat
- Parler à plusieurs : sans se couper la parole, sans redondance

La pratique du management adapte

[Objectifs]

A l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- mieux connaître leurs atouts et leurs handicaps dans leur style de management
- trouver le style de commandement qui convient le mieux à chacun de leurs collaborateurs
- développer la compétence et l'autonomie des collaborateurs
- renverser la pyramide
- élaborer une nouvelle démarche managériale à partir des besoins de l'entreprise.

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Ce module est destiné aux responsables d'unité et encadrants de proximité qui souhaitent améliorer leur efficacité de manager en maîtrisant leur propre style de commandement.

[Programme]

Les nouvelles missions du management de proximité

- Qu'est-ce qu'un manager ?
- Les différents rôles du manager

Auto-diagnostic de son style de management

- Identifier le rôle et les qualités du manager : agir - faire agir, empathie - crédibilité - courage - passion
- Cerner les enjeux et les intérêts dans l'entreprise
- Analyser le style actuel de son entreprise : se situer par rapport à l'historique du management
- Découvrir son style "spontané".

Les 4 styles de management

- Reconnaître les différents styles : directif, incitatif, participatif, délégatif
- Développer un style de management qui autonomise et responsabilise le collaborateur.
 - la stratégie de l'entreprise
 - manager la performance
 - créer une équipe à haute performance
 - implanter la stratégie qualité

Le management adapté

- Les techniques de flexibilité :
 - ✓ par le management perceptif : le contrôle de soi, l'affirmation sur autrui
 - ✓ par l'adaptation en fonction : du degré d'implication / motivation du collaborateur de sa compétence
- Personnaliser son style en fonction de chaque collaborateur
- Adapter son style propre en fonction de la situation : dans le cadre du management au quotidien, dans le cadre des différents entretiens.

Identifier les comportements et attitudes des salariés

- Connaître les phénomènes parasites liés aux relations hiérarchiques
- Mesurer l'incidence de ces phénomènes sur la marche de l'entreprise
- Analyser les résistances individuelles et de groupe au changement

Définir un cadre de références commun avec ses collaborateurs

- Définir les fonctions
- Définir les règles du jeu
- Fixer les objectifs
- Suivre et contrôler
- Evaluer (et faire évaluer) les résultats

Les pré-requis en communication

- Les positions de vie : découvrir sa position dominante, mettre en place une stratégie OK+ / OK+
- Les marques de reconnaissance : les reconnaître, les utiliser de manière efficace pour renforcer la motivation
- Les enjeux et l'intérêt pour l'entreprise : concilier les besoins individuels et l'intérêt de l'entreprise, le Zone d'Intérêts Communs

Réussir les différents entretiens

- Recherche de solutions : renforcer le positif
- Imposer une décision : être ferme sur l'objectif, doux sur la personne
- Réprimander : distinguer la personne de l'objet de la réprimande

Les autres dimensions du management

- Planifier : la fixation des objectifs : l'importance d'être concret
- Organiser : répartir le travail dans un cadre structuré
- Déléguer : les règles à respecter
- Diriger :
 - gérer la communication
 - susciter la motivation
 - assurer le commandement
- Contrôler : maîtriser le déroulement des affaires.

Favoriser la relation négociée

- Adopter des stratégies gagnantes
- Conduire une négociation avec intégrité
- Savoir sortir des situations de blocage

Développer la compétence et l'autonomie de son équipe

- Accueillir et intégrer
- Informer et donner du sens à l'action
- Former
- Reconnaître les personnes et les succès
- Aider à la résolution des problèmes

Développer son leadership

[Objectifs]

A l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- Mieux percevoir son propre fonctionnement, sa manière d'interagir en situation
- Identifier ses talents personnels et les utiliser au bon moment
- Reconnaître et adopter les 4 styles de leadership
- Identifier les conditions de mise en œuvre d'un leadership adapté
- Adapter son leadership en fonction des situations
- Appliquer les méthodes et maîtriser les outils pour construire sa vision de l'entreprise
- Faire partager sa vision avec charisme auprès de l'encadrement et de l'ensemble des équipes
- Savoir "donner envie" aux autres d'avancer avec soi !

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Ce module est destiné aux responsables d'unité et encadrants de proximité qui souhaitent améliorer leur efficacité de manager en maîtrisant leur propre style de leadership.

[Programme]

Les grands principes du leadership

- Qu'est-ce qu'un leader
- Les qualités d'un leader
- Leadership et performance des équipes

Leadership et management

- Qu'est-ce qu'un manager ?
- Les différents rôles du manager

Les quatre grands styles de leadership

- Les paramètres décrivant le comportement du leader dans chaque style
- Analyser son propre style de leadership
- Analyser ses forces / points d'amélioration
- Adopter les styles de leadership adaptés
- Accompagner l'évolution et le cycle de progression du collaborateur
- Les comportements liés à l'autonomie du collaborateur
- La gestion des résistances et de la démotivation
- Les pièges à éviter

Construire sa vision pour mobiliser

- Construire une vision claire et mobilisatrice
- Créer et innover
- Relier la vision aux défis que doit relever l'entreprise
- Décliner les Valeurs de l'entreprise

Communiquer sa vision avec charisme

- Surmonter les freins, les stress, les tensions
- S'appuyer sur les éléments moteurs
- Gérer les personnalités difficiles

Mettre en œuvre son leadership dans les entretiens

- Savoir encourager
- Savoir dire ce qui ne va pas
- Savoir féliciter
- Savoir recadrer
- Savoir exprimer son point de vue et le faire partager
- Savoir fixer des objectifs motivants

S'affirmer dans son rôle de leader

- Comprendre les trois modes de comportements : fuite, agressivité, manipulation
- Faire face aux critiques, agressions et manipulations
- Faire face aux tensions et aux peurs
- Développer sa capacité d'écoute
- Accroître son charisme et son assertivité
- Travailler sa communication non-verbale et son image

Conduire le changement

[Objectifs]

A l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- Identifier et comprendre les mécanismes humains engendrés par un changement d'organisation.
- Prendre conscience des différents niveaux de changement et de leurs enjeux.
- Identifier les acteurs impactés et déterminer une stratégie de communication
- Identifier les points clés d'un accompagnement de changement d'organisation réussi.
- Intégrer le rôle du manager dans la conduite du changement.
- Développer ses aptitudes et ses compétences pour accompagner le changement.
- Faire participer pour renforcer l'appropriation
- Repérer les écueils à éviter vis-à-vis de ses équipes.
- Appréhender les comportements des acteurs, les risques et les causes d'échec.
- Former et coacher pour favoriser la prise en main
- Développer sa confiance en soi.
- Dresser son plan d'action personnalisé pour mieux conduire le changement.

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Ce module est destiné aux responsables d'unité et encadrants de proximité qui souhaitent améliorer leur efficacité de manager en maîtrisant leur propre style de commandement

[Programme]

Analyse du contexte

- Appréhender une situation nouvelle
- Discerner les attitudes possibles et les besoins non exprimés
- Identifier le (ou les) décideur(s).
- Élaborer la cartographie socio-dynamique
- La problématique à l'origine de la mission engagée et les objectifs assignés.
- Les contributions de chacun.
- Le rôle du manager en tant que relais dans le projet de réorganisation.

Prendre conscience des opportunités que représente le changement

- Savoir mettre en perspective le changement
- Identifier les différents niveaux de changement
- Annoncer un changement impopulaire
- Découvrir les principes clés d'une bonne conduite du changement

Comprendre les causes et la nature des résistances aux changements

- Typologie des besoins de changement. Problématique des entreprises et des collaborateurs.
- Les causes profondes des résistances : quelles conséquences ?
- Le processus de réaction aux changements dans le temps : les cinq phases et leur problématique.

Considérer positivement les résistances aux changements

- Adopter une attitude constructive face aux résistances
- Comprendre le besoin sous la difficulté
- Appliquer une stratégie efficace pour dépasser la résistance
- Appliquer une stratégie efficace pour dépasser la résistance
- Développer une attitude de flexibilité et d'ouverture

Maîtriser les sept axes critiques du changement dans l'entreprise

- Les trois chemins possibles du changement
- Comment anticiper ou lever les résistances pour réussir un projet de gestion du changement ?
- Maîtriser les sept axes critiques pour réussir un changement : le sens et sa diffusion, les acteurs, la communication, le mode de gouvernance du changement, le déploiement d'un système d'information et ses impacts, l'organisation, la prise en compte du contexte de l'entreprise.

Les facteurs de réussite

- Utiliser toute la panoplie des outils et méthodes pour aider les acteurs dans leur processus d'apprentissage.
- Communiquer à bon escient et utiliser les bons vecteurs.
- Favoriser les échanges et les rendre facteurs de progrès.
- Mettre en valeur les réussites, les progrès.
- Capitaliser les bonnes pratiques.

Identifier les risques et les anticiper

- Répertoire tous les facteurs de risque associés aux personnes composant l'équipe.
- Mettre en place des mesures préventives individuelles ou collectives pour y pallier.

Définition et mise en œuvre du plan de communication

- Les enjeux de la communication. Pourquoi, quand et comment communiquer : La communication interne, La communication externe
- Les supports et les canaux de communication.
- Construire un plan de communication ? Exemples.
- Les principes de base de la communication sur les projets de changement.
- Les meilleures pratiques : les règles de l'écrit et de l'oral.
- Le timing, La périodicité, Le contenu.
- Les messages clés selon la situation.
- Suivre l'exécution des actions de communication et évaluer leur efficacité sur le terrain
- Les outils de la communication.
- Les enquêtes de satisfaction : intérêts et limites.

Définition et mise en œuvre du plan de formation

- Construire un plan de formation. Où sont les vraies difficultés ? Les enjeux.
- Les principes de base. Comment, par quels moyens et par qui ?
- Le modèle d'évaluation de l'efficacité des formations.
- Les outils de la formation.

Se réapproprier son pouvoir personnel dans les périodes de changement

- Développer des compétences relationnelles bénéfiques en situation de changement
- Cultiver la maîtrise de soi face aux turbulences
- Gérer avec souplesse l'interface entre le court terme et la vision à long terme
- Inspirer l'équipe en alliant force, maîtrise et empathie
- Application pratique : développer ses pouvoirs personnels
- Exercice sur les ressources pour prendre du recul

Développer son Plan d'Action personnel pour mieux conduire le changement

- Monter une stratégie de conduite du changement
- S'exercer sur les techniques d'accompagnement
- Exercice individuel supervisé

L'entretien d'évaluation périodique : *valorisation des compétences & des talents*

[Objectifs]

A l'issue de cette formation, chaque participant sera capable de :

- ne pas se tromper d'entretien ;
- ne pas tomber dans le piège des "entretiens-gadget" ;
- éviter les situations de blocage ;
- augmenter le dynamisme et la motivation du collaborateur ;
- poser les bonnes questions ;
- conclure par une synthèse positive ;
- apporter à son collaborateur l'aide optimale dans la réalisation des objectifs négociés.

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Cette formation s'adresse aux chefs d'entreprise et cadres amenés à pratiquer un entretien individuel permettant à chaque partie d'évaluer l'activité et les résultats, de négocier les objectifs et les moyens, de faire le point sur les difficultés rencontrées et de préparer l'avenir.

[Programme]

La situation actuelle dans l'entreprise

- Les composantes : implications et paradoxes
- Le contrat de progrès
- L'entretien annuel : outil de management permanent
 - le point de vue des appréciés
 - le point de vue des appréciateurs
 - le point de vue de la direction

Les trois fonctions de l'entretien annuel

- Le dialogue
- La résolution de problèmes
- L'amélioration de la gestion des ressources humaines

Les principes de base

- La finalité de l'entretien au sein de l'entreprise
- Les conditions préalables
 - les descriptions de fonctions
 - les orientations et les objectifs généraux
 - la volonté et l'implication de l'encadrement
- Définir les règles du jeu
- Mettre en oeuvre un dispositif cohérent

Préparer l'entretien

- Les préalables : la clarification des fonctions
 - la fixation des objectifs de cette rencontre
 - les informations et supports à donner, à recevoir
 - le contexte
- Le canevas de questions (pour chacune des deux parties)
- L'aspect formel : le rendez-vous et le choix du lieu

Pour gagner en efficacité : les règles communes des entretiens

- L'accueil chaleureux personnalisé
- Utiliser le langage du collaborateur
- Pratiquer l'empathie
- Les attitudes qui facilitent la communication
- La reformulation
- Conclure l'entretien de façon positive

Les modalités pratiques

- Organiser l'entretien d'évaluation
- Apprécier les résultats de la période écoulée
 - bilan des écarts
 - le vécu
- Discuter de la fonction
 - clarifications sur le métier
 - compétences et capacités
- Négocier les objectifs, les moyens et les indicateurs

L'évaluation de l'entretien

- L'évaluation à froid par chacune des deux parties
- L'information de la hiérarchie de l'appréciateur

Le suivi de l'entretien d'évaluation

- La mise en place des indicateurs
- Le plan de formation
 - l'investissement personnel du collaborateur
 - l'assistance du responsable
- Les bilans d'étapes

Des pistes pour enrichir l'entretien

- L'axe performance
- L'axe compétence
 - L'axe projet professionnel.

Manager un projet

[Objectifs]

A l'issue de cette formation, chaque participant sera capable de :

- situer sa mission lors de la réalisation d'un projet ;
- développer ses compétences au-delà de sa culture et de sa technique ;
- utiliser les outils d'aide à la planification, à l'évaluation et au développement ;
- maîtriser les techniques de management de projets transversaux ;
- conduire en autonomie les projets dont il a la responsabilité ;
- se servir des méthodes de conduite du changement ;
- mieux communiquer autour du projet dont il a la responsabilité ;
- organiser son temps en fonction de son rôle dans le projet et de ses autres priorités ;
- savoir anticiper et planifier ses activités de façon réaliste en distinguant l'important de l'urgent ;
- mieux gérer la composante humaine des projets ;
- piloter le « jeu » des acteurs dans les projets de grande envergure.

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Chefs d'entreprise, cadres fonctionnels et opérationnels, ingénieurs amenés à conduire, animer et gérer des projets.

[Programme]

Détecter rapidement les résistances au projet

- Les points classiques de résistance au changement
- Les sources des manifestations de résistance
- Les types d'interactions possibles

Pratiquer sur chaque étape une méthode de mise en œuvre qui garantisse le succès du projet

- Démarrer le projet
- Mobiliser les principaux acteurs
- Piloter les relais sur le terrain
- Créer les groupes de travail
- Coordonner les actions

Changer les mentalités

- Les freins à l'implantation d'une méthode de conduite de projet
- Le rôle moteur du chef de projet
- Les stratégies de changement

Assurer la contribution de la hiérarchie

- Définir la relation entre niveau de responsabilité et niveau d'implication
- Cerner le rôle critique des chefs d'unité
- Prévoir la contribution de la Direction Générale
- Affirmer son rôle de manager de projet

Déterminer le juste niveau d'information

- Distinguer information verticale et horizontale
- Elaborer une stratégie d'information

- Réaliser le journal de bord du projet
- Affirmer son rôle de manager de projet

Communiquer autour du projet

- Savoir vendre un projet
- Les règles de la communication d'influence
- Bien communiquer à l'interne pour bien communiquer à l'externe

Prendre la mesure de son expérience

- Positionner son expérience à la lumière du vécu du groupe
- Identifier les difficultés et les limites
- Resituer les principales étapes de la démarche

Définir l'environnement du projet

- Les causes d'échec d'un projet
- Les composantes d'un projet
- Les objectifs et les contraintes du projet
- Les acteurs, leurs fonctions, leurs relations

Gérer le projet

- Découper les actions en tâches élémentaires
- Evaluer les moyens et les ressources nécessaires
- Acquérir les bases de l'estimation des tâches
- Planifier leur exécution et estimer le délai global
- Mesurer l'impact des nouvelles technologies

Bâtir une équipe projet efficace

- Principes de choix des membres de l'équipe
- Règles pour motiver autour de la mission
- Rôles du manager de projet

Conduire le projet

- Distribuer et planifier les différentes tâches
- Elaborer une documentation informatique et utilisateur efficace
- Garantir l'assurance qualité

Contrôler le projet

- Identifier les points de dérapage, mettre en place les outils de contrôle nécessaires
- Gérer le planning
- Les tests, l'intégration, la réception technique, le contrôle qualité

Communiquer sur la qualité : convaincre et impliquer

[Objectifs]

A l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- comprendre les enjeux des communications interne sur la qualité de service ;
- identifier les différents types de réseau et la spécificité d'un acteur réseau ;
- repérer les conditions favorisant l'intégration de la démarche réseau qualité au sein d'une organisation ;
- identifier les pratiques et évaluer les outils existants ;
- mettre en œuvre et faire vivre un projet de communication interne ;
- maîtriser des techniques de prise de parole en public ;
- concevoir et rédiger des textes efficaces ;
- communiquer en situation de changement ;
- concevoir, organiser et exploiter la communication interne ;
- maîtriser les techniques d'argumentation ;
- valoriser les actions menées ;
- animer un réseau de « Correspondants Qualité » et le pérenniser ;
- influencer avec intégrité.

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Cette formation s'adresse aux collaborateurs des entreprises qui souhaitent donner une dimension stratégique à la communication interne sur le management de la qualité de service.

[Programme]

Communication et théorie de l'information

- Principes généraux
- Fonctions du message : les dysfonctionnements liés à des problèmes de communication interne
- Incertitude et information
- Sens et information : que communiquer et à qui : contenu et cible de l'information, les différents niveaux d'information : opératoires, généraux, symboliques

La stratégie de la communication qualité interne

- La démarche
- L'audit de la communication interne : auto diagnostic de son propre système, la circulation de l'information, la cohésion et l'identité, l'écoute et la compréhension
- Les pièges de la communication outil
- La réflexion stratégique : Buts ⇔ Moyens ⇔ Résultats ⇔ Bilan

Les techniques de la communication qualité interne

- Les objectifs de la communication interne : valorisation de l'image interne, lutter contre les rumeurs, lutter contre les rigidités, assurer la cohésion
- Les fonctions de la communication interne : formation, information, consultation, concertation
- La place de la communication interne
- Les moyens oraux
- Les moyens écrits
- Les moyens informatiques et audiovisuels

Etudier le marché interne

- Apprécier le potentiel de communication de l'encadrement
- Reconnaître la variété des mentalités des salariés

- Observer quelques faits associés à l'entreprise
- Identifier le discours de la direction
- Interroger les salariés

Les outils de communication ascendante : Pour enquêter, Pour stimuler, Pour détecter, Pour dialoguer, Pour recevoir, Pour vérifier

Les outils de communication descendante : Pour informer, Pour mobiliser, Pour expliquer, Pour harmoniser

Les outils de communication mutuelle : Pour situer, Pour unir

Communiquer en situation de changement et/ou difficile

- Identifier les situations difficiles
- Répondre aux situations difficiles
- La déclaration en situation difficile

Concevoir et faire vivre un projet de communication interne

- Les moyens à mobiliser pour mettre en œuvre le plan de communication
- Elaborer un programme, un guide de communication et des fiches d'action
- Une stratégie d'utilisation des outils de communication interne
- L'implication des personnes concernées
- L'articulation entre objectifs, cibles et moyens de communication interne

Stratégies et tactiques d'argumentation

- Préparer sa stratégie d'argumentation
- Maîtriser les techniques d'argumentation
- Influencer avec intégrité : la visibilité du processus d'argumentation, la reconnaissance de l'autre, identifier et démonter les mécanismes de manipulation

Prendre la parole en public

- Les enjeux de l'orateur
- Les différentes situations de prise de parole en public
- Préparer son intervention
- La structure de l'exposé
- La "mise en scène" de soi
- L'organisation des idées à l'oral
- Gérer les événements qui peuvent survenir
- L'utilisation des aides
- La prise de parole en "groupe"

Concevoir et rédiger des textes efficaces

- Analyser la situation
- Structurer sa pensée
- Organiser son travail de rédacteur
- Présenter ses écrits
- Améliorer son style
- Retrouver une écriture spontanée

Mettre en place un réseau de correspondants qualité

- Les différents types de réseaux
- Les spécificités des acteurs d'un réseau
- Formaliser son réseau

Faire vivre un réseau de correspondants qualité : Animer, Piloter, Pérenniser

Des pistes d'amélioration et de développement de la communication qualité interne

- Les opérations de marketing interne
- Les actions événementielles
- Les opérations d'incentive

Organisation du travail : gestion du temps & des priorités

[Objectifs]

A l'issue de ces 2 journées de formation, les participants seront capables de :

- organiser son temps en fonction de son rôle et de ses priorités ;
- savoir anticiper et planifier ses activités de façon réaliste en distinguant l'important de l'urgent ;
- optimiser les moyens de communication (téléphone, entretiens, réunions, écrits...) pour plus de rapidité et d'efficacité ;
- organiser utiliser un agenda personnalisé.

Chaque stagiaire reçoit, avant le stage, des fiches d'analyse qu'il remplit, et qui lui serviront de support de travail dans la réalisation de son "*contrat d'amélioration personnel*".

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Dirigeants, cadres fonctionnels ou opérationnels, plus généralement toute personne disposant d'une autonomie suffisante sur son temps et ses méthodes et désirant gagner au moins une heure chaque jour tout en améliorant son efficacité dans son travail.

[Programme]

Mieux connaître son budget temps

- Evaluer l'occupation de son temps en fonction de son rôle
- Analyser de manière critique son emploi du temps récent
- Déterminer ses points forts et ses points à améliorer
- Repérer ses chronophages et savoir s'en préserver

Clarifier ses priorités

- Définir ses priorités de vie, ses priorités professionnelles et les priorités de sa fonction
- Se doter d'une ligne de conduite conforme à ses priorités

Acquérir les outils pour planifier

- Les dures lois du temps
- Savoir planifier le mois, la semaine et la journée
- Distinguer l'important de l'urgent
- Savoir utiliser son agenda

Développer sa stratégie de communication

- Optimiser ses principaux modes de communication (réunions, entretiens, écrits...)
- S'affirmer sereinement dans le non
- Gérer efficacement les relations d'aide

Mobiliser ses ressources

- Repérer les inconvénients d'une mauvaise gestion du temps
- S'engager sur un contrat de changement

En fonction des caractéristiques des stagiaires, il pourra être abordé, en sus, les points suivants :

La spécificité « fonction publique » concernant la gestion du temps

- La relation au supérieur hiérarchique
- Corollaire de la relation au supérieur hiérarchique : le « sens » de l'urgence est très vivace au sein de la fonction publique.

Du temps en plus pour vendre plus

- La gestion du temps des commerciaux itinérants
- L'organisation d'une tournée
- Gagner du temps chez mon Client

Transformer son stress en énergie positive

[Objectifs]

A l'issue de cette formation-action, les participants seront capables de :

- analyser objectivement les causes des stress ;
- dépister les situations de stress ;
- transformer le stress en source de dynamisme pour soi et pour l'entreprise ;
- utiliser des techniques permettant de faire diminuer les stress ;
- développer une attitude sereine face aux stress inévitables ;
- mettre en œuvre des stratégies personnelles de gestion de leur stress.

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Toutes les personnes qui dans l'entreprise sont soumises à une forte pression de l'environnement et qui souhaitent disposer de moyens pour y faire face. Cette formation est particulièrement destinée aux cadres, agents de maîtrise et techniciens des secteurs commerciaux, production et administration soumis à des obligations de résultats et/ou à une forte pression du public.

[Programme]

Connaître et comprendre le stress

- La réponse physiologique de l'organisme
- Les conséquences du stress
- Les principales causes (objectives et subjectives) du stress : physiques , liées au mode de vie, liées à l'hygiène de vie, le stress psycho-émotionnel
- Bon stress ou mauvais stress ?

Reconnaître les symptômes du stress

- Les signes généraux du stress, Les types de personnalités prédisposées au stress, Les méthodes d'auto diagnostic
- Surveiller les clignotants d'alerte : l'altération des capacités relationnelles, l'altération du rythme veille-sommeil, l'altération des capacités intellectuelles

Gérer le stress au travail

- Les sources de stress
- Repérer et localiser ce qui dépend de soi
- Réagir à la dépendance et à la subordination
- La pression du temps
- Les stress relationnels : les rapports avec les collègues de travail, les rapports avec les clients, les fournisseurs

Gérer le stress en situation de management

- L'entreprise comme "corps" social, Évaluer le stress dans l'entreprise
- Les sources de stress dans l'entreprise et les solutions envisageables : la course à la productivité, les compétitions entre services et entre individus, les conditions de travail, les conflits internes
- Équilibrer les échanges

Gérer le stress dans sa vie quotidienne

- Apprendre à gérer ses émotions
- Savoir se donner des permissions : les petites voix du passé en héritage
- Le comportement positif
- S'adapter aux changements

Faire face à des situations personnelles difficiles

- Les stress liés à la vie familiale (couples, enfants, parents)
- Le chômage
- La préparation de la retraite
- La maladie et la mort (les siennes, celles des proches)

Se défendre contre les stress

- Identifier et éliminer les stress inutiles
- Retrouver son corps
 - la relaxation
 - les exercices physiques
- Changer son regard
 - s'organiser : l'action anticipée
 - l'affirmation de soi
- Agir pour garder l'initiative
 - sur soi
 - sur son environnement

Bâtir son plan d'action personnel anti-stress

La violence dans la pratique professionnelle : Gestion des conflits et de l'agressivité

[Objectifs]

A l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- anticiper et éviter les conflits destructeurs ;
- identifier avec lucidité ses comportements efficaces ou inadaptés dans les situations de face-à-face ;
- traiter le désaccord avant qu'il soit trop tard ;
- Accroître sa confiance en soi et développer son charisme ;
- encourager l'expression bénéfique des différences ;
- gérer les désaccords avec compétence et assurance ;
- S'entraîner pour développer de véritables réflexes d'affirmation de soi.

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Toute personne qui est soumise dans son cadre professionnel, sous des formes pouvant être variées, à la violence et/ou à l'agressivité.

[Programme]

Les différentes formes de conflit

- Le conflit manifeste
- Le conflit latent
- Le conflit stratégique
- Le conflit tactique
- Le conflit réaliste
- Le conflit irréaliste

La nature du conflit

- Conflit de personne et conflit lié à la structure
- Le conflit et la crise
- Comment impliquer les participants

Les enjeux d'un conflit

- Les obstacles à la réalisation du travail
- La lutte pour le pouvoir
- La volonté de garder son indépendance
- Le combat d'idées

Les signes avant-coureurs d'un conflit

- L'apparition de dégradations et de vol de matériel
- Le développement des rumeurs
- L'augmentation des défauts de qualité

Comment se manifeste le désaccord

- Les discours disqualifiants
- La rétention d'informations
- La formation de coalitions

Présentation de quelques schémas

- Les apports de l'Analyse Transactionnelle
- Les conflits symétriques
- La place de son propre comportement

Le traitement à chaud

- Le choix d'une attitude
 - la confrontation
 - choisir de céder
 - chercher le compromis
 - l'évitement
 - la collaboration
- Savoir déterminer les points de convergence
 - le recadrage du problème
- Les attitudes d'écoute et de reformulation

Négocier

- Mener la négociation
 - prendre position
 - chercher un arrangement
- Achever la négociation
 - prendre une décision
 - préserver les liens

La prévention des conflits

- Trouver des objectifs et des valeurs communes
- Pratiquer la négociation au quotidien
- Surveiller le climat social
- Substituer aux rapports de force une réflexion sur le raisonnement

Le coût d'un conflit

- Les conséquences économiques
- Les conséquences sociales
- Les conséquences psycho-sociologiques

Tirer parti du conflit pour faire évoluer son assertivité

- Intégrer la gestion des conflits au quotidien
- Gérer en situation
- Être une sentinelle en veille permanente
- Développer son potentiel d'écoute
- Veiller à la cohérence globale de ses choix
- Ajuster les possibles et le nécessaire

Manager efficacement ses équipes : par la pratique du coaching

[Objectifs]

A l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- mieux connaître leurs atouts et leurs handicaps dans leur style de management ;
- trouver le style de commandement qui convient le mieux à chacun de leurs collaborateurs ;
- développer la compétence et l'autonomie des collaborateurs ;
- renverser la pyramide ;
- élaborer une nouvelle démarche managériale à partir des besoins de l'entreprise ;
- gérer les conflits pouvant survenir entre les différents acteurs de l'entreprise ;
- donner aux équipes des objectifs communs de progrès ;
- faciliter et coordonner la coopération au sein des équipes ;
- fixer des défis qui forgent les équipes par une exigence élevée ;
- évaluer les performances des équipes ;
- faire prendre du plaisir à travailler ensemble en respectant les "règles du jeu"
- mieux communiquer autour du projet dont ils ont la responsabilité ou sont parties prenantes ;
- transformer le stress en source de dynamisme pour soi et pour l'entreprise ;
- développer une attitude sereine face aux stress inévitables.

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Ce séminaire est destiné aux Chefs d'Entreprise, Responsables d'Unité et Personnels d'Encadrement qui souhaitent améliorer leur efficacité de manager en maîtrisant leur propre style de commandement.

En intra-entreprise, cette action pourra également être l'occasion d'améliorer la communication inter-service pour une meilleure synergie entre les cadres. Pour une meilleure efficacité et pour atteindre les objectifs il est important que chaque cadre s'engage à suivre la totalité de la session.

[Programme]

Les nouvelles missions du management de proximité

- Qu'est-ce qu'un manager ?
- Les différents rôles du manager

Auto-diagnostic de son style de management

- Identifier le rôle et les qualités du manager : agir - faire agir- empathie - crédibilité - courage - passion
- Cerner les enjeux et les intérêts dans l'entreprise
- Analyser le style actuel de son entreprise : se situer par rapport à l'historique du management
- Découvrir son style "spontané".

Les 4 styles de management

- Reconnaître les différents styles : directif, incitatif, participatif, délégitif
- Développer un style de management qui autonomise et responsabilise le collaborateur : la stratégie de l'entreprise, manager la performance : créer une équipe à haute performance, implanter la stratégie qualité

Le management adapté

- Les techniques de flexibilité : par le management perceptif, le contrôle de soi, l'affirmation sur autrui, par l'adaptation en fonction : du degré d'implication / motivation du collaborateur de sa compétence
- Personnaliser son style en fonction de chaque collaborateur
- Adapter son style propre en fonction de la situation : dans le cadre du management au quotidien, dans le cadre des différents entretiens.

Identifier les comportements et attitudes des salariés

- Connaître les phénomènes parasites liés aux relations hiérarchiques
- Mesurer l'incidence de ces phénomènes sur la marche de l'entreprise
- Analyser les résistances individuelles et de groupe au changement

Définir un cadre de références commun avec ses collaborateurs

- Définir les fonctions, Définir les règles du jeu, Fixer les objectifs, Suivre et contrôler, Evaluer (et faire évaluer) les résultats

Les pré-requis en communication

- Les positions de vie : découvrir sa position dominante, mettre en place une stratégie OK+ / OK+
- Les marques de reconnaissance : les reconnaître, les utiliser de manière efficace pour renforcer la motivation
- Les enjeux et l'intérêt pour l'entreprise : concilier les besoins individuels et l'intérêt de l'entreprise, le Zone d'Intérêts Communs

Réussir les différents entretiens

- Recherche de solutions : renforcer le positif, Imposer une décision : être ferme sur l'objectif, doux sur la personne - Réprimander : distinguer la personne de l'objet de la réprimande

Les autres dimensions du management

- Planifier : la fixation des objectifs, l'importance d'être concret
- Organiser : répartir le travail dans un cadre structuré
- Déléguer : les règles à respecter
- Diriger : gérer la communication, susciter la motivation, assurer le commandement
- Contrôler : maîtriser le déroulement des affaires.

Favoriser la relation négociée

- Adopter des stratégies gagnantes
- Conduire une négociation avec intégrité
- Savoir sortir des situations de blocage

Développer la compétence et l'autonomie de son équipe

- Accueillir et intégrer
- Informer et donner du sens à l'action
- Former
- Reconnaître les personnes et les succès
- Aider à la résolution des problèmes

Mesurer le décalage

- Définir les objectifs à atteindre
- Analyser les résultats obtenus
- Utiliser efficacement toutes les sources d'information

Ecouter le collaborateur

- Analyser les décalages
- Développer l'écoute active

Négocier un plan de progrès

- Conclure un pacte avec le collaborateur
- Sélectionner l'action à proposer au collaborateur

Tirer vers le haut compétence et motivation

- L'entraînement individuel et collectif, L'accompagnement, Le travail en binôme, La délégation, La formation

Organiser le suivi : Etablir le bilan à chaud, Faire le bilan différé

Reconnaître la réussite

- Dans l'accomplissement de la tâche
- Dans l'atteinte des objectifs communs

Devenir un « *manager durable* »

[Objectifs]

A l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- avoir une vision stratégique de leur fonction ;
- mieux connaître leurs atouts et leurs handicaps dans leur mode de management ;
- continuer à apporter de la valeur dans un monde qui évolue de plus en plus vite ;
- favoriser l'acceptation de l'incertitude au sein de son équipe ;
- développer la compétence et l'autonomie des collaborateurs ;
- obtenir l'adhésion par rapport à un projet ;
- gérer sereinement les situations managériales délicates ;
- élaborer une nouvelle démarche managériale à partir des besoins de l'entreprise ;
- gérer les conflits pouvant survenir entre les différents acteurs de l'entreprise ;
- donner aux équipes des objectifs communs de progrès ;
- faciliter et coordonner la coopération au sein des équipes ;
- fixer des défis qui forgent les équipes par une exigence élevée ;
- faire prendre du plaisir à travailler ensemble en respectant les "règles du jeu".

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Ce séminaire est destiné aux Chefs d'Entreprise, Responsables d'Unité et Personnels d'Encadrement qui souhaitent améliorer leur efficacité de manager en développant les huit compétences de base du manager durable.

Il est la continuité du séminaire « Manager ses équipes par la pratique du coaching » animé par le même Consultant.

[Programme]

Vers une nouvelle conception du management

- Représentations et comportements
- Le comportement est au cœur de la compétence managériale

Les 8 comportements capitaux : Evoluer, Observer, Hiérarchiser, Influencer, Accompagner, Partager, Négocier, Prendre du recul

Pratiquer le management durable

- Les représentations qui vont à l'encontre du changement, Les émotions qui vont à l'encontre du changement, Les représentations qui favorisent le changement, Manières de faire

Mise en perspective des comportements

- Comportements et qualités, Dans les différentes missions du manager

Les compétences de bases du manager durable coach de son équipe

- Les compétences de la tête, Les compétences du cœur, Les compétences du corps

Utiliser les opportunités de l'environnement économique actuel

- Pilotage du changement
- Style de management
- Réelle valeur ajoutée

Accompagner ses collaborateurs dans le développement de leurs performances

- La satisfaction des clients
- La satisfaction de l'Equipe
- La qualité
- La productivité

Manager des « *personnalités difficiles* »

[Objectifs]

A l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- identifier les personnes difficiles à gérer. ;
- acquérir les méthodes et outils à adopter face à ces personnes ;
- apprendre à relativiser vos positions et à aller vers ces personnes ;
- confronter les comportements différents de vos interlocuteurs ;
- intégrer des stratégies nouvelles ;
- gagner du temps, économiser de l'énergie et uniformiser les modes de management ;
- mesurer les évolutions.

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Ce séminaire est destiné aux Chefs d'Entreprise, Responsables d'Unité et Personnels d'Encadrement qui souhaitent améliorer leur efficacité de manager en développant les huit compétences de base du manager durable.

Il est la continuité du séminaire « Manager ses équipes par la pratique du coaching » animé par le même Consultant.

[Programme]

Comprendre pourquoi un interlocuteur est difficile

L'expression de besoins non satisfaits

L'effet miroir.

Développer vos ressources positives

Avoir une bonne estime de soi.

Développer la confiance en soi pour mieux gérer les difficultés.

Apprendre à se préserver et économiser son énergie.

Dédramatiser et savoir prendre le recul nécessaire.

Prendre conscience de ses à priori.

Bien utiliser les techniques et outils de communication.

Ecoute active et reformulation

Questionnement.

Se concentrer sur les faits.

Les erreurs à éviter

Les types de personnalité

Concept de personnalité

Types de personnalités

Caractéristiques typiques

Les personnalités et les tâches : appliquer des méthodes et stratégies adaptées à chaque cas.

Ecoute et désescalade avec les « agressifs ».

Cadrage et désynchronisation gestuelle avec les « incorrigibles bavards ».

Décontraction et plaisanterie avec les « rebelles ».

Questionnement avec les introvertis « huîtres ».

Responsabilisation avec les « éternelles victimes ».

Complémentarité personnalité/tâche

Bâtir son Plan d'Action

Prendre de la distance et surmonter son stress

Analyse des capacités personnelles

Conseils personnalisés



Qualité - Sûreté - Environnement

Maîtriser les points clés des obligations de l'entreprise en matière de santé/Sécurité/Prévention

Bâtir son Tableau de Bord Sécurité

Systeme de management santé/sécurité

Formation pratique à l'audit interne de la santé et de la sécurité

Exigences réglementaires et Légales en matière environnementale

Le système de management environnemental

Le système de management QSE

Passez d'un système qualité à un système QSE

Produits Alimentaires : la Norme ISO 22000

L' AMDEC

La Norme ISO TS 16949

Auditeur qualité Interne selon la norme ISO TS 16949

Auditeur PROCESSUS

Méthodes de résolution de problèmes

La production Juste à Temps (J.I.T)

Les outils d'amélioration de la Qualité

Mettre en place les six Sigma

Laboratoires d'étalonnages et d'essais : la Norme ISO 17025

La norme ISO 17020

Maîtriser les points clés des obligations de l'entreprise en matière de santé/Sécurité/Prévention

[Objectifs]

Avoir une connaissance actualisée du cadre législatif.

Déterminer les contraintes réglementaires.

Recenser les principales obligations applicables à l'entreprise et y répondre.

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Directeurs et responsables de site et d'établissement.

DRH et RRH.

[Programme]

Se repérer dans la réglementation applicable à son secteur d'activité

Identifier les textes applicables : lois, directives, normes.

Trouver les sources adaptées.

Répertorier les principales obligations de l'entreprise

L'obligation générale de prévention : comment se traduit elle concrètement ?

Les locaux et conditions de travail.

L'accueil et la formation sécurité des collaborateurs.

Le stress et le harcèlement moral.

Le recours au travail temporaire.

Les recours aux entreprises extérieures.

Appliquer les obligations administratives et périodiques

Les registres et affichages obligatoires.

Les contrôles et vérifications périodiques.

Le règlement intérieur et les consignes de travail.

L'établissement de documents (document unique d'évaluations des risques, bilan annuel...).

Connaître les obligations en matière d'accident du travail et gérer ses conséquences

Distinguer accident de travail/de trajet et maladie professionnelle.

Optimiser la déclaration et le suivi de l'accident du travail.

Connaître les principes de la tarification et de la réparation des AT.

Améliorer l'efficacité de vos relations avec les principaux acteurs externes

Du médecin du travail

De l'inspecteur du travail.

Clarifier les règles et niveaux de responsabilité engagée

La responsabilité civile et pénale.

La délégation de pouvoir.

Le déclenchement des actions en responsabilité.

Bâtir son Tableau de Bord Sécurité

[Objectifs]

Apprendre à qualifier le niveau de sécurité d'une organisation

Apporter des améliorations qualitatives ;

Élaborer un reporting dynamique pour prendre en compte les états de sécurité dans une entreprise

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Tous cadres d'entreprises, de collectivités, d'associations impliqués dans la gestion de la sécurité.

[Programme]

Étalonner le niveau de sécurité optimal

Revue des activités et des vulnérabilités opérationnelles et économiques

Définir une cible politique de sécurité

Revue des dispositifs de prévention des risques et de leurs indicateurs d'efficacité

Constituer un corpus de risques exhaustifs et des indicateurs liés

Mesurer la sécurité

Incidents et expositions

Audits de sécurité internes et externes

Simulation d'incidents et analyse de risques

Outils de synthèse

Valoriser les évaluations

Présenter des analyses de risques

Retour d'expérience et actions correctives

Dispositifs de contrôle permanents et exceptionnels

Choisir les indicateurs de sécurité et les dispositifs de mesure

Dispositifs de sécurité et états de sécurité

Outils statistiques

Outils qualitatifs

Dispositifs de remontées d'information

Construire le tableau de bord Sécurité

Etat de déploiement des politiques de sécurité

Cartographies dynamiques des risques

Analyses d'accidents

Indicateurs financiers

Valoriser ses tableaux de bord

Formats, mises à jour et diffusions

Analyse et mise en valeur quotidienne

Systeme de management santé/sécurité

[Objectifs]

Comprendre les exigences du référentiel OHSAS 18001 et ses finalités.

Identifier les actions à mettre en oeuvre pour y répondre.

Préparer la certification de l'établissement.

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Responsables de système de management Santé Sécurité au Travail.

Responsables opérationnels devant se garantir de la santé et de la sécurité au travail.

[Programme]

Rappels des obligations légales, terminologie et définition des concepts clés

Identifier les éléments du système de management de la santé et de la sécurité

La spécification OHSAS 18001. Ses finalités et principes. Présentation générale.

La spécification ILO-OSH 2001 : finalités et principes.

Similitudes et différences entre ces deux référentiels.

La politique Santé et Sécurité : point de départ de la démarche.

La planification et l'amélioration : évaluer les risques et mettre en oeuvre son plan d'actions

Planification de l'identification des dangers.

Exigences légales et autres exigences à prendre en compte.

Définir les objectifs de progrès.

Formaliser son programme de management Santé et Sécurité.

Mise en oeuvre et fonctionnement : inclure le programme dans le management au quotidien

Définir la structure et les responsabilités.

Assurer la formation, sensibilisation et compétence.

Consultation et communication interne.

Assurer la maîtrise opérationnelle au poste de travail.

Mettre en place et gérer un système documentaire : maîtrise des documents et des données.

S'organiser pour répondre à une situation d'urgence.

Vérification, action corrective et revue de direction : mettre en place un système de surveillance et d'amélioration continue

Mesure et surveillance des performances : créer son tableau de bord.

Traiter les accidents, incidents, non-conformités et déclencher des actions correctives et préventives.

Valider et progresser par l'audit interne.

Valider et s'améliorer par la revue de direction.

La certification OHSAS 18001 : la démarche

Les points clés de la préparation.

Établir son plan d'actions de mise en place du système de management SST.

Formation pratique à l'audit interne de la santé et de la sécurité

[Objectifs]

Acquérir la méthode et les outils pour réaliser et organiser efficacement des audits "systèmes" et audit "opérationnels" de management Santé et Sécurité.

Constater, quantifier et qualifier les écarts par rapport au référentiel.

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Futurs auditeurs chargés de mission dans le cadre de la mise en place d'un système de management S & ST selon l'OHSAS 18001.

Audités devant se préparer à suivre l'audit de certification.

Responsables Santé/Sécurité.

[Programme]

Situer l'audit dans l'organisation : principes généraux

Rappel des spécifications : OHSAS 18001.

Place de l'audit dans un système de management de la santé et de la sécurité.

La norme ISO 19011 : lignes directrices pour l'audit.

Préparer l'audit de la santé et de la sécurité

Choisir un domaine à auditer et établir le mandat, élaborer le planning.

Sélectionner les aides à l'audit.

Rassembler et étudier les documents de référence.

Construire le questionnaire d'audit par rapport au référentiel santé et sécurité OHSAS 18001: check-list des points à vérifier.

Effectuer les entrevues

Auditer les documents.

Auditer les personnes : mener l'interview.

Savoir prendre des notes.

Écouter et obtenir des réponses concrètes.

Recueillir des preuves et étudier les faits.

Donner les premières conclusions ou rapport provisoire : raisonner conformité, axes de progrès.

Conclure l'audit

Rédiger un rapport final simple et pertinent.

Prévoir un audit de suivi pour valider la disparition des écarts.

Organiser son système d'audit interne

Formaliser la procédure d'audit.

Planifier et gérer ses audits pour s'assurer de l'efficacité du système.

Sélectionner et former les auditeurs.

Exigences réglementaires et Légales en matière environnementale

[Objectifs]

Etre capable de déterminer et d'analyser la réglementation et la législation applicables à son entreprise.
Savoir assurer la veille réglementaire.

[Durée] 2 jours

[Pour qui ?]

Responsable Environnement, Service Qualité, Service Documentation

[Programme]

Le cadre normatif :

Les exigences de la Norme ISO 14001

Les sources de la législation de l'environnement

Les sources internationales

Les sources nationales

Les réglementations en environnement

Les réglementations industrielles : installations classées, déchets, produits dangereux...

La réglementation des facteurs influents sur l'environnement :

Émissions dans l'air,

Rejets dans l'eau,

Rejets dans le sol,

Déchets.

Inventaire de la législation et de la réglementation applicable

Lois

Décrets

Circulaires

L'organisation de la veille

Responsabilité

Base technique

Les moyens et outils

Synthèse et évaluation

Le système de management environnemental

[Objectifs]

Maîtriser le contenu et les exigences du référentiel ISO 14001

Définir les moyens et méthodes de maîtrise des activités ayant une incidence sur l'environnement.

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Personnel appelé à mettre en œuvre un système de management environnemental

[Programme]

Présentation des normes de la série ISO 14001

Orientation pour l'organisation, les produits et les services

Analyse de la norme ISO 14001 Exigences générales Politique environnementale Planification

Aspects environnementaux Exigences légales et autres exigences

Objectifs, cibles et programme(s)

Mise en oeuvre et fonctionnement

Ressources, rôles, responsabilité et autorité

Compétence, formation et sensibilisation

Communication

Documentation

Maîtrise de la documentation

Maîtrise opérationnelle

Préparation et réponse aux situations d'urgence

Contrôle

Surveillance et mesurage

Évaluation de la conformité

Non-conformité, action corrective et action préventive

Maîtrise des enregistrements

Audit interne

Revue de direction

Conclusion et synthèse

Management de la Santé, Sécurité et de l'Environnement SSE

[Objectifs]

Identifier les enjeux de la mise en place d'un Système de Management la Santé, Sécurité et de l'Environnement

Connaître les principales méthodes d'identification et d'évaluation des risques en Santé, Sécurité et de l'Environnement.

Maîtriser les exigences des référentiels relatifs aux Système de Management SSE (OHSAS 18001, ISO 14001)

Maîtriser les étapes de déploiement d'un système de management SSE

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Cadres et responsable appelés à participer à la mise en œuvre d'un système de management de la santé, sécurité et environnement (SMSSE).

[Programme]

Les enjeux d'une démarche SSE :

Respect de la réglementation

Motivation du personnel

Impact Financier

Relation avec les parties intéressées

Le management de la santé, sécurité et environnement

Les principes du management SSE

Les systèmes et référentiel existants

Le référentiel OHSAS 18001

Structure du référentiel

Définitions

Principales exigences

La norme ISO 14001

Orientation pour l'organisation, les produits et les services

Exigences

Maîtriser les risques SSE

La notion de risque

Les méthodes d'évaluation

Les programmes de maîtrise des risques

Mettre en oeuvre et piloter un système de management SSE

Définir la politique et les objectifs associés

L'organisation et les responsabilités d'un système de management intégré Les processus et le système documentaire : La boucle d'amélioration : le cycle PDCA

L'identification et l'évaluation des risques SSE

Aspects et dangers

Les études d'impacts

Les études de Dangers

Les exigences légales

La veille réglementaire

Le programme SSE

Les Objectifs, cibles

La mise en oeuvre

Ressources, rôles, responsabilité et autorité

Documentation

Préparation et réponse aux situations d'urgence

Contrôle

Non-conformité, action corrective et action préventive

Audit interne

Revue de direction

Certifier un système de management SSE

Le choix des référentiels

Le déroulement de la certification

Les difficultés rencontrées

Communication et comportement SSE

Les modalités d'obtention d'un comportement conforme

Respect des règles et consignes SSE

Conclusion et synthèse

Passez d'un système qualité à un système QSE

[Objectifs]

Comprendre le principe des systèmes "santé sécurité au travail" et "environnement".

Identifier les clés pour enrichir votre approche processus dans une logique d'intégration et de prévention des risques.

Repérer les facteurs de réussite pour piloter ce nouveau système.

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Directeurs, responsables Qualité désirant donner une nouvelle dimension à leur système de management.

[Programme]

Les trois dimensions d'un système intégré

Les enjeux d'un système intégré, la notion de parties intéressées.

Pour qui, pour quoi un système intégré ?

Similitudes et spécificités des référentiels ISO 14001 et OHSAS 18001 avec la norme ISO 9001.

Les points clés d'un système de management Environnement

L'essentiel de la réglementation environnementale.

L'analyse environnementale : base de la démarche.

Préparer une analyse initiale et la réaliser pour identifier les aspects environnementaux significatifs.

Les points clés d'un système de management Santé Sécurité au travail

Les textes réglementaires incontournables.

L'analyse de risques au poste de travail, le document unique pour construire son plan de prévention.

Élargir concrètement son système Qualité

Une approche processus à trois dimensions Qualité Sécurité Environnement.

Raisonnement à la fois satisfaction, prévention, conformité réglementaire et amélioration de performances.

Faire évoluer son système qualité et parallèlement son système documentaire : un nouveau manuel, des fiches d'identité processus complétées, des procédures étoffées... De la politique au plan d'action : repenser votre système de manière intégrée.

Piloter son nouveau système de management QSE

Un tableau de bord pour suivre, agir et communiquer sur 3 dimensions.

Des revues QSE condensées.

Un plan d'animation à penser "QSE".

Produits Alimentaires : la Norme ISO 22000

[Objectifs]

Comprendre les enjeux et les bénéfices de la norme ISO 22000 ; maîtriser les points clés de la norme ISO 22000 ; mettre en place un système de management de la sécurité alimentaire ; préparer un plan d'action

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Responsables ou techniciens Qualité dans les produits alimentaires, chefs de projets Certification ISO 22000

[Programme]

Identifier les aspects importants d'un Système de Management de la Sécurité des Aliments (SMSA)

Principales définitions préalables (engagement de la direction, communication...)

Enjeux et bénéfices

Freins et obstacles

Difficultés et recommandations

Répondre aux exigences, pour tout organisme de la norme ISO 22000 relative aux systèmes de management de la sécurité des denrées alimentaires

Objectifs

Structure de la norme :

- . Système de management de la sécurité des denrées alimentaires
- . Responsabilité de la direction
- . Management des ressources
- . Planification et réalisation de produits sûrs
- . Validation, vérification et amélioration du système de management de la sécurité des denrées alimentaires

Les documents de référence : codex alimentarius

Les 7 principes de l'HACCP et leur positionnement

Retenir les points clés des principaux chapitres de l'ISO 22000

Elaboration de votre politique de sécurité alimentaire

Management des ressources

Gestion et mise en oeuvre de sa communication interne et externe

Maîtrise de la conception des produits : analyse des dangers, conception du plan HACCP, management des systèmes

Intégrer un système de sécurité alimentaire dans un système de management de la qualité

L'examen des exigences supplémentaires par rapport à l'ISO 9001 version 2000

Les documents à créer ou à adapter

Les erreurs à éviter : systèmes en parallèle...

Planifier la certification ISO 22000

Déroulement des audits

Organismes certificateurs

L' AMDEC

[Objectifs]

Maîtriser les étapes de mise en oeuvre d'une étude AMDEC

Savoir participer activement aux études AMDEC

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Responsables et techniciens : qualité, études, méthodes, industrialisation, production, ...appelés à participer à des AMDEC.

[Programme]

Situer l'AMDEC dans la démarche qualité

Facteurs déclenchant une AMDEC : notions de risque et de Performance aspects contractuels avec le client.

Identifier les AMDEC produit /processus / moyen.

Définir le but et les principes de l'AMDEC.

Pratiquer l'AMDEC produit

Définir l'étude : objectifs, limites, groupes de travail

Préparer l'étude : l'analyse fonctionnelle du produit

Analyser et évaluer les défaillances potentielles du produit

Trouver les actions correctives.

Réévaluer les défaillances potentielles

Planifier et mettre en oeuvre les actions correctives

Pratiquer l'AMDEC processus

Définir l'étude : objectifs, limites, groupes de travail

Préparer l'étude

Analyser et évaluer les défaillances potentielles du produit

Trouver les actions correctives.

Réévaluer les défaillances potentielles

Planifier et mettre en oeuvre les actions correctives

Animer et piloter une AMDEC

Démarche et outils dans une structure projet.

Créer un groupe AMDEC pertinent

La préparation et l'animation créative d'un groupe

Etre concret et poser les bonnes questions

Identifier les pièges à éviter

Suivre les actions correctives et préventives

Savoir présenter les conclusions

Conclusion et synthèse

La Norme ISO TS 16949

[Objectifs]

Apporter une connaissance complète du référentiel ISO TS 16949; intégrer les exigences de ce référentiel au système qualité ; préparer l'entreprise à une certification ISO TS 16949

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Responsables Qualité, chefs de projets, ingénieurs ou cadres impliqués dans une démarche de certification ISO TS 16949

[Programme]

Comparer le référentiel ISO TS 16949 V2002 avec d'autres référentiels reconnus

Les référentiels automobiles :

- EAQF (Évaluation d'Aptitude Qualité Fournisseurs)
- VDA (Verband der Automobilindustrie)
- QS 9000 (Quality System)

Le TS (Technical Specification) et sa particularité par rapport aux autres normes "ISO"

Les grands principes et objectifs de l'ISO TS 16949

La liaison avec l'ISO 9000

Les apports par rapport à l'ISO 9000

Repérer les points essentiels du référentiel ISO TS 16949

Vocabulaire

Documents associés à l'ISO TS 16949

Système de Management de la Qualité

Management des ressources

Réalisation du produit

Mesure, analyse et amélioration

Responsabilité de la direction

Adapter son système qualité existant à l'ISO TS 16949

Lorsqu'on est déjà certifié TS 16949 V1999

Lorsqu'on est déjà certifié selon un référentiel existant de l'automobile (EAQF, QS 9000...)

Lorsqu'on est ISO 9001 V2000

Identifier les processus dans le domaine automobile

Cartographie des processus

Description des processus

Optimisation des processus

Mesure de l'efficacité des processus

Audit des processus

Auditeur qualité Interne selon la norme ISO TS 16949

[Objectifs]

Acquérir la compétence d'auditeur Qualité Interne ISO/TS 16949 : 2002.

Etre capable de maîtriser la méthodologie de l'audit interne au regard des exigences de ISO/TS 16949 : 2002

Comprendre l'approche processus et identifier les exigences applicables par processus.

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Responsables : Qualité, Production, Achats ... et en général personnel appelé à auditer un système de management de la qualité selon ISO/TS 16949 : 2002

[Programme]

Rappel l'ISO/TS 16949-2002

Structure du référentiel Les différences entre la version 2002 et la version 1999

Généralités sur les audits internes dans l'iso/ts 16949- 2002

Les exigences de l'ISO/TS 16949 : 2002 en matière d'audit : le processus d'audit, les différents types d'audit demandés : audit du SMQ, audit des processus, audit produit. Les critères d'audit

Les audits internes selon une approche processus

Rappels sur la notion de processus.

Les conséquences de l'approche processus en matière d'audit interne.

Exigences normatives pour l'audit (ISO/19011:2002)

Le management des programmes d'audits

Processus d'audit

Les différentes phases de l'audit

Qualification des auditeurs

Préparation d'un audit : supports d'aide à l'audit

Exigences spécifiques

Exécution de l'audit.

Revue documentaire

Communication durant l'audit

Comportement auditeur / audité

Conclusion d'audit

La rédaction du rapport d'audit : rédaction des écarts.

Le suivi de l'audit : les actions correctives, le processus d'amélioration continue.

Rappel sur les règles et recommandations I.A.T.F Etude de cas simulation d'audit

Etude de cas pratique

Evaluation et conclusion

Auditeur PROCESSUS

[Objectifs]

Acquisition d'une compétence suffisante pour :

- o Définir
- o Organiser
- o Réaliser

Un audit processus

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Responsables qualité et Auditeurs internes

[Programme]

Introduction

Objectifs de l'audit

Vocabulaire

Concepts, principes et types d'audit

Méthodologie de l'audit

Rappels des exigences ISO/TS 16949

Décomposition d'un processus

Méthodologie de l'audit processus

Management de l'audit

Etablissement, réalisation et surveillance du programme d'audit :

Contenu du programme d'audit.

Compétence des auditeurs.

Établissement du support d'audit.

Constitution de l'équipe d'audit.

Réalisation de l'audit. Surveillance et revue du programme d'audit

Les techniques d'audit

Documents d'audit

Techniques d'analyse des documents

Techniques de conduite de l'audit : expressivité; outils de communication

Etudes de cas

Simulation d'audit Processus

Cas de l'audit processus FIEV / VDA

Evaluation du stage et conclusions

Méthodes de résolution de problèmes

[Objectifs]

Connaître les outils divers de résolution de problèmes

Connaître les spécificités des méthodes PDCA et 8D

Être capable de participer et/ou d'animer un groupe de résolution de problèmes en fonction des besoins de l'entreprise

[Durée] 4 jours

[Pour qui ?]

Responsables et techniciens appelés à résoudre des problèmes et mettre en œuvre des actions correctives.

[Programme]

Introduction

L'amélioration permanente : l'amélioration continue, l'amélioration par percée

Le cadrage par rapport aux normes ISO 9001 : 2000 et ISO TS 16949

La démarche de groupe de travail:

La démarche cercle de qualité, Kaizen,

Groupe de progrès.

Le cycle PDCA, une philosophie et une méthodologie

Les outils de base de la résolution de problème

La méthode PDCA : les 4 étapes et les 7 phases

Conduire une PDCA : les documents associés

L'animation des groupes de résolution de problème.

Les outils d'accompagnement de la méthodologie de résolution de problèmes

Les outils de créativité

Les outils de d'analyse

Les outils de prise de décision

La démarche de résolution des problèmes

Présentation de méthodologies : PDCA, 8D.

L'application des outils au travers des études de cas en groupe

Exercice d'Application en groupe

Conclusions et évaluation

La production Juste à Temps (J.I.T)

[Objectifs]

Connaître les bases et fondements de la production Juste à Temps

Maîtriser les méthodes et la démarche de mise en place de la production en flux tirés.

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Cadres et techniciens des services : Méthodes & Industrialisation, Production, logistiques ... appelés
mettre en oeuvre la production en flux tirés.

[Programme]

Introduction

Historique et évolution de la Gestion de la Production

La recherche de la compétitivité et la qualité totale

Les fondements du JAT(JIT)/Lean Production

Les bases de la Production au Plus Juste (PPJ)

Le juste-à-temps

Le concept de base du JAT

Stratégie de la qualité totale et JAT

Gestion des capacités et relation client-fournisseur

Définition du pilotage JAT

Le JAT et les fonctions de l'entreprise

La gestion des flux en JAT

Les méthodes de l'analyse des flux

Les principes de l'analyse des flux

Les outils de l'amélioration des flux

La mise en place du juste-à temps

Rappel

Mise en oeuvre et approvisionnement en JAT

Le lissage des charges

Les différentes formes d'implantation.

Le Kanban

Définitions et règles du système Kanban

Différents types de Kanban comparaison et choix des systèmes gestion des stocks en JAT

Synthèse et évaluation

Les outils d'amélioration de la Qualité

[Objectifs]

Connaître les outils divers d'amélioration de la qualité

Être capable de participer à l'amélioration de la qualité et la résolution de problèmes en utilisant ces outils.

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Responsables, techniciens appelés à mettre en pratique les outils d'amélioration des services et à résoudre des problèmes.

[Programme]

Les dysfonctionnements: origine, nature, et classement

Les types de non conformités

Les Actions correctives et les Actions

Préventives

Les outils classiques de la qualité

Les feuilles de relevés

Le diagramme de Pareto

Le diagramme de causes et effets (ou 5M)

Les cartes de contrôle

Les histogrammes

Les diagrammes de corrélation

Le kaizen (amélioration continue)

La démarche Kaizen

Les ateliers Kaizen

Amélioration des performances des processus

La variabilité et la Maîtrise des Processus

La pratique des outils d'amélioration de la qualité

L'application des outils au travers des études de cas en groupe

Synthèse et évaluation

Mettre en place les six Sigma

[Objectifs]

Comprendre les enjeux du six sigma et ses principes.

Découvrir les étapes de mise en oeuvre dans une entreprise.

Identifier les outils Qualité utilisés dans la méthode.

Savoir identifier les projets et les différents Acteurs.

Être capable de soutenir les projets Six Sigma.

Diriger un projet six sigma

Maîtriser les outils six sigma.

[Durée] 9 jours

[Pour qui ?]

Responsables, techniciens appelés à mettre en pratique les outils d'amélioration des services et à résoudre des problèmes. Ingénieur et Technicien qui auront en charge les projets 6 sigma

Le responsable en charge du dossier six sigma

[Programme]

Les fondements et enjeux du six sigma

Le six sigma : une démarche stratégique managée par l'équipe de direction.

La création de valeur dans toute l'entreprise par l'optimisation des processus.

La notion statistique du six sigma : dispersion et centrage d'un processus.

La méthode six sigma et le PDCA : une logique commune d'amélioration.

Organiser la mise en oeuvre du six sigma dans l'entreprise

Le six sigma en production et le six sigma dans une logique de conception.

La notion de "champions", "green belts" et "black belts"...

Les bénéfices du six sigma : le point de vue d'une entreprise ayant mené à bien le projet.

Les conditions de réussite.

Les étapes du six sigma, le cycle DMAIC appliqué aux processus

Repérer les processus clés de l'entreprise.

Définir les besoins et attentes du processus.

Mesurer les résultats, la performance actuelle des processus.

Analyser les résultats : repérer les dysfonctionnements, analyser les risques, identifier les opportunités de progrès.

Améliorer les résultats pour viser le six sigma : corriger, agir sur les causes, stabiliser le processus.

Contrôler l'efficacité des actions et assurer la pérennité des résultats.

Les conditions de réussite pour mener à terme le projet et exploiter le retour d'expériences.

Objet du projet

Objet du projet

Diagramme IPO

Définition du projet

Énoncé du problème

Définissez votre projet

Cartographie du process

Carte de processus

Analysez vos données

Créez une carte

Données variables

Histogramme

Calculer l'écart type

Le test de normalité d'Anderson- Darling

Présentation des données

Utilisation du tableau Z

Zones situées sous la courbe

Transformation des données

Transformation de Box-Cox

Données non normales

Données d'attribut

Probabilités binomiales DPMO

Rendement première passe cumulé (RTY)

Effet de la variation du process

Étude de temps de process

Coût de la mauvaise qualité

Coût de la mauvaise qualité

Économies Hard/économies Soft

Raisonnement statistique et graphiques de contrôle

Graphiques X barre et R

Graphiques p et u

Capacité du processus

Capabilité du process

Niveau Sigma fondé sur les DPO

Planifier la collecte des données

Analyse de Pareto

Diagramme de Pareto

Analyse du système de mesure

Analyse R& R d'un système de mesure variable

Analyse R& R d'un système de mesure attribut

Analyse des causes et des effets

Schéma C & E

Matrice C & E

Créez le plan de gestion du projet

Identifiez les tâches secondaires

Déroulement et identification des ressources

Créez un graphique de Gantt

Animer des équipes

Préparation de réunions

Animez un process de prise de décision de groupe

Niveau Sigma Process

Données variables court terme, normalement distribuées

Données d'attribut long terme, distribution binomiale

Analyse des causes et des effets

Arbre des causes

Matrice causes/effets

Évaluation des KPIV

L'AMDEC pour Six Sigma

Énumération des modes de défaillance

Les effets des défaillances

Identification des causes

Analyse d'une AMDEC

Estimation et intervalles de confiance

Estimation de la moyenne d'une population (grands échantillons)

Estimation des moyennes d'une population et des différences entre les moyennes d'une population

Estimation des proportions d'une population et des différences entre les proportions de populations

Validations d'hypothèses

Hypothèses nulles et hypothèses alternatives

Validation d'affirmations relatives à une moyenne

Deux moyennes de populations

Moyennes de population et variances

Validation de l'égalité des proportions d'une population

Validation d'une association

Puissance et taille d'échantillon

Laboratoires d'étalonnages et d'essais : la Norme ISO 17025

[Objectifs]

Comprendre les prescriptions générales concernant les compétences des laboratoires d'étalonnages et d'essais

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Responsables ou techniciens de laboratoires, techniciens, ingénieurs ou responsables d'un service Qualité.

[Programme]

Présenter l'historique de la démarche qualité en laboratoire

Exigences générales concernant la compétence des laboratoires d'étalonnages et d'essais
Evolutions par rapport à la norme EN 45001 et au guide ISO CEI 25

Identifier les exigences de l'ISO CEI 17025

Spécificités de l'ISO CEI 17025 par rapport aux normes ISO 9001 et ISO 10012
Préparation à l'accréditation des laboratoires

Analyser les exigences relatives au management

Organisation

Système de management

Maîtrise de la documentation

Revue des demandes, appels d'offres et contrats

Sous-traitance des essais et des étalonnages

Achats de services et de fournitures

Services au client, réclamations

Maîtrise des travaux d'essai et/ou d'étalonnage non conformes

Amélioration

Actions correctives et préventives

Maîtrise des enregistrements

Audits internes

Revue de direction

Evaluer les exigences techniques

Personnel

Installations et conditions ambiantes

Méthodes d'essai et d'étalonnage

Équipement

Traçabilité du mesurage

Échantillonnage

Manutention des équipements

Qualité des résultats

Rapport sur les résultats

Construire un système qualité homogène pour les laboratoires intégrés à une entreprise déjà certifiée ISO 9001 ou ISO TS 16949

La norme ISO 17020

[Objectifs]

Comprendre et interpréter les critères de la norme pour mieux les mettre en application :

Identifier et acquérir la connaissance des critères de la norme ISO 17020

Savoir les interpréter

Comprendre les concepts et identifier les éléments clés nécessaires à la mise en place d'un système de management de la qualité adapté à la structure et au fonctionnement d'un organisme d'inspection

[Durée] 3 jours

[Pour qui ?]

Dirigeants et personnels amenés à tenir des fonctions de responsable qualité, de dirigeant technique, d'inspecteur, ou/et d'auditeur interne

[Programme]

Introduction – rappels :

Principes généraux de fonctionnement des organismes d'inspection : Déontologie, indépendance, impartialité, et intégrité.

Le processus d'accréditation.

Principes de management de la qualité : Les exigences pertinentes de l'ISO 9001 comprises dans la norme ISO 17020.

Identifier les convergences et les divergences des deux référentiels.

Présentation générale et particularités de la norme ISO 17020 :

Un référentiel pour l'accréditation des organismes d'inspection qui spécifie des prescriptions générales en matière d'organisation, de compétence, d'indépendance et d'impartialité.

Études des critères et des exigences de la norme :

Organisation, management et système qualité.

Prescriptions relatives à l'indépendance et à l'impartialité.

Prescriptions techniques relatives au personnel (compétence, formation).

Prescriptions concernant les installations et les équipements.

Prescriptions relatives aux méthodologies d'inspection.

La sous-traitance,...



Langues étrangères

Tunisie Training vous propose un éventail unique de solutions pour développer vos compétences linguistiques.

Le plus grand choix de langues enseignées

Anglais, allemand, espagnol, italien... avec le vocabulaire adapté : général, professionnel, fonctionnel ou thématique.

Des solutions adaptées à vos besoins

- Cours interentreprises en discontinu
- Semaine intensive interentreprises
- Cours de groupe intra-entreprise.

Les formateurs de **Tunisie Training** Langues vous apportent non seulement une connaissance de la langue mais aussi une approche de leur culture et de leur civilisation.

Nos formations.....

Optimisez votre Communication Orale et Ecrite en Langue Anglaise

Dynamisez votre Anglais grâce aux Techniques de Mise en Situation (TMS)

Participez de Façon Active à vos Réunions en Langue Anglaise

Les Techniques d'Accueil en Langue Anglais

La Pratique du Téléphone en Langue Anglaise : Can I take a Message ?

Pour en Finir avec la Grammaire Anglaise

Anglais pour Managers

La Négociation Commerciale en Langue Anglaise

L'Anglais des Achats

L'Anglais juridique

L'Anglais du Marketing

Tous ces stages peuvent vous être proposés dans d'autres langues



Nos

Récentes

Références

Ils nous font confiance



التجاري بنك
Attijari bank



TOTAL



Société Tunisienne
de l'Electricité et du Gaz



الشركة التونسية
لل كهرباء والغاز



MERI

OFFICE DU THERMALISME



UTSS

Union Tunisienne de Solidarité Sociale





SECADENORD

Société d'Exploitation du Canal et des
Adductions des Eaux du Nord



CNEA

Centre national d'études agricoles



SAEE : « Société d'Assemblage Electrique et Electronique

MAT : « Marquardt Automotive Tunisie »

Société des Ciments d'Enfidha

Centre informatique du ministère de la sante

SMEPP : « Société Mauritanienne d'Entreposage des produits Pétroliers

Hôpital Fattouma Bourguiba Monastir

Hôpital Charles Nicolle Tunis

Hôpital Abderrahman Mami Ariana

Hôpital Tahar Sfar Mahdia

Hôpital Habib Bourguiba Sfax

Hôpital Hedi chaker Sfax

Faculté de medecine de Tunis

Hôpital d'enfant, TUNIS

Hôpital Militaire, TUNIS

Hôpital La Rabta, TUNIS



Tunisie Training

39 rue Mohamed Saad, El Menzeh

9A, 1013, Tunis

Tél. : (+216) 70 860 667

Fax. : (+216) 70 860 658

contact.tunisietraining@topnet.tn

www.tunisietraining.com

