

S O M M A I R E

DOMAINES	pages
PRESENTATION DE LA SOCIETE	3 à 6
MANAGEMENT D'EQUIPE	7 à 16
ACTION COMMERCIALE & MARKETING	17 à 23
RESSOURCES HUMAINES	24 à 25
CONDUITE DE PROJETS	26
BUREAUTIQUE	27 à 31
INTERNET	32 à 35
LANGAGE DE DEVELOPPEMENT	36 à 37
PAO/ CAO / DAO	38 à 40
SECRETARIAT	41 à 46
LOGISTIQUE	47 à 49
ACHAT	50 à 52
QUALITE	53
LISTE DE REFERENCES	54

PRESENTATION DE LA SOCIETE

SYSTEMIC, créée en 1996, est une entreprise indépendante de conseil en Organisation, Ressources Humaines et Management et Formation. Entreprise marquée dès son origine par une double conviction, humaniste et pragmatique: la position centrale des hommes dans l'entreprise (les hommes sont créateurs de valeur) et la nécessité consécutive de conférer à l'organisation et au management une dimension stratégique.

Nous conseillons et accompagnons l'entreprise dans la définition et la mise en œuvre de ses stratégies internes. Nous l'aidons dans l'évolution de son organisation, la conduite de projets, le développement de son management et, généralement dans tout ce qui concourt à la mise en valeur de son capital humain.

Les prestations s'articulent autour des quatre grands axes liés à la mise en œuvre de systèmes d'information

Analyse stratégique

1. Développer, toutes les étapes de l'analyse Stratégique

- Décrire l'entreprise
- Analyser l'environnement de l'Entreprise
- Assister à définir et choisir les orientations stratégiques
- Déterminer les moyens opérationnels nécessaires à la réalisation de la stratégie
- Identifier les besoins en compétences liés aux orientations stratégiques

Ingénierie de formation

2. Développer, toutes les étapes de l'analyse Stratégique

- Diagnostic de situation professionnelle
- Analyse des besoins de formation
- Elaboration du cahier des charges
- Conception d'actions ou dispositifs de formation
- Pilotage et gestion des formations
- Evaluations (évaluation de fin de formation)
- Rédaction de rapports de synthèse.

Management des Ressources Humaines

Formation

3. Développer toutes les étapes de Management des RH

- Job description
- Référentiels, emplois, compétences
- Fiches emplois - métiers
- Evaluation des emplois
- Politique de rémunération et passage des emplois
- Appréciation des performances
- Tableaux de bord RH
- Politique de motivation

4. Réaliser des Actions de Formation

1. Une offre et des contenus de formation évolutifs :

- Adaptation permanente de l'offre en fonction des besoins de l'entreprise.
- Equipes pédagogiques expertes, expérimentées et créatives.
- Des formations et parcours validés
- Formations et cycles sanctionnés par une validation: titres ou certificats, certificats de compétences, validation des acquis de l'expérience...

2. Un apprentissage diversifié et opérationnel :

- Mise en œuvre de techniques pédagogiques (des exercices études de cas, mises en situation, ...) en fonction des besoins clients et des formations, en inter ou intra entreprise,
- Connaissances directement transposables en situation de travail

3. Des formateurs et des stagiaires outillés

- Recherche pédagogique intégrée. Equipe logistique sur place
- Equipements pour tous types de formation, sur place
- Remise systématique de supports aux participants pour leur permettre de mettre en œuvre facilement leurs acquis de formation dans l'entreprise.

4. Une écoute permanente :

- Ecoute clients organisée donnant lieu à des adaptations immédiates
- Satisfaction client mesurée quotidiennement : évaluations à chaud et à froid

L'équipe

Organisation Générale

La politique qualité SYSTEMIC s'articule autour de sept engagements clients

Nos consultants ont exercé des responsabilités opérationnelles en entreprise. Ils viennent d'horizons différents et savent intervenir dans des situations complexes nécessitant des compétences complémentaires. À chaque fois qu'un projet le justifie, SYSTEMIC mobilise son réseau de partenaires aux expertises complémentaires (communication interne, qualité, recrutement, outplacement et apporte ainsi à ses clients une offre intégrée.

La satisfaction du client est au cœur de la culture de notre Société, elle mobilise toutes les énergies, à tout niveau.

Formaliser et enrichir nos pratiques au travers de notre système qualité, anticiper et innover par une constante écoute du marché de nos clients sont pour notre société les facteurs clés de succès d'une orientation et d'une culture client sans cesse développée.

De plus, notre société s'est dotée d'une structure dont l'objectif est de développer une démarche qualité alliant efficacité du système et bénéfice client.

- 1. Une relation suivie depuis le premier contact avec un interlocuteur identifié qui formalise les échanges** et donne ainsi l'assurance au client de la bonne compréhension du projet et de son environnement.
- 2. Un accord clair sur les objectifs à atteindre** et les facteurs clés de succès à mettre en œuvre. C'est là le fondement même de la Démarche Contractuelle par Objectif que notre société a développé.
- 3. Une conception de nos actions sous revue permanente** issue de l'analyse des besoins des entreprises. Systemic continue d'occuper la position «d'observatoire des compétences». C'est au sein d'un véritable laboratoire de veille technique et d'écoute client que s'élaborent les offres.
- 4. Une gestion des Ressources Humaines adaptée à nos exigences de Qualité.** Chaque intervenant de Systemic est un spécialiste expérimenté et habilité selon un processus défini et véritable. Ses compétences et sa motivation sont entretenues par une organisation dédiée à la réalisation de sa mission.

5. **Une instrumentation axée sur la mise en œuvre des compétences acquises.** Le contenu de nos interventions est formalisé et sauvegardé, il s'appuie sur des outils personnalisés au contexte de nos clients. Ils permettent, lorsque les conditions d'exercice de la compétence nouvellement acquise sont réunies, une mise en application immédiate.
6. **Un processus d'évaluation permanent** qui fait l'objet d'une double évaluation, collective à chaud et individuelle par le client en différé. Leur analyse permet de fixer les objectifs d'amélioration et d'engager les actions de progrès.
7. **Une organisation tournée vers la satisfaction des clients.** Elle s'appuie sur un dispositif qualité, une recherche constante du niveau d'excellence, un système de détection et d'écoute des besoins clients et l'implication du management et des hommes de notre société.

Nous avons la volonté d'adapter nos approches à la stratégie de l'entreprise dont nous nous attachons à avoir une vision complète. Nous apportons des **réponses sur mesure**. Nos solutions s'appuient sur l'expérience interne de l'entreprise pour être ensuite relayées par le management. Notre approche vise à **transférer notre savoir-faire** vers nos clients.

Participative: pour aider chacun à prendre la mesure des nouvelles exigences que réclame votre projet. Elle permet aux équipes concernées de comprendre le contexte, de l'analyse du problème à la mise en œuvre de la solution.

Itérative: elle favorise ainsi la maturation, le rapprochement des points de vue et le développement de l'esprit de coopération.

Progressive: parce que l'évolution des comportements des managers et des salariés n'est pas liée à une "vérité révélée" mais à la construction d'une conviction tirée de l'expérience.

Comment travaillons-nous ?

Notre démarche

MANAGEMENT D'EQUIPE

Leadership

Objectifs

Développer ses capacités de leader; augmenter ses qualités relationnelles et ses capacités d'animation d'équipe.

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

■ Développer son identité de leader

Se positionner par rapport aux valeurs de l'entreprise et au monde du travail

Identifier son style d'autorité et réfléchir à ses pratiques managériales

Construire son identité de leader et développer ses points forts

Prendre conscience de ses points faibles pour les dépasser

■ Développer ses qualités relationnelles

Savoir utiliser les qualités du méta-leader

Savoir expérimenter l'authenticité et la lucidité dans ses relations

Savoir gérer ses sentiments et ses émotions pour améliorer la qualité des relations

Développer sa confiance en soi pour réussir

■ Développer la performance en équipe

Développer son rôle de leader au sein de l'équipe

Analyser les ressources et les points faibles de l'équipe

Saisir le mode de fonctionnement de ses collaborateurs

Promouvoir une qualité de relation au sein de l'équipe

■ Développer ses capacités d'anticipation

Imaginer l'avenir. Mettre en oeuvre sa vision. Faire adhérer l'équipe

Développer son Leadership Relationnel

Objectifs

Identifier les conditions de mise en oeuvre d'un leadership adapté; Reconnaître et adopter les 4 styles de leadership ; S'entraîner, par le biais de simulations et d'études de cas, à adapter son leadership en fonction des situations.

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

■ Le leadership relationnel et le management

Les apports et les grands principes

Style de leadership et performances des équipes

Les conditions d'exercice du leadership

■ Les quatre grands styles de leadership

Identifier et reconnaître les 4 styles de leadership : directif, persuasif, participatif et déléguatif

Les paramètres décrivant le comportement du leader dans chaque style

Identifier son propre style de leadership. Adopter le style adéquat : leadership et efficacité

■ Adapter le style de leadership au niveau du collaborateur

Les 4 comportements du leader liés à l'autonomie du collaborateur

Adopter les styles de leadership adaptés

Accompagner l'évolution et le cycle de progression du collaborateur

La gestion des résistances et de la démotivation.

Les pièges à éviter

■ Mettre en oeuvre son leadership dans les entretiens

Développer sa capacité d'écoute.

Savoir encourager

Savoir dire ce qui ne va pas.

Savoir féliciter

Savoir recadrer. Savoir exprimer son point de vue et le faire partager

MANAGEMENT D'EQUIPE

Savoir Déléguer

Objectifs

S'entraîner à une méthode de délégation tant sur le plan du fond (ce qu'il y a à déléguer) que de la forme (comment négocier la délégation);

Faire de la délégation un investissement dont on peut mesurer l'efficacité.

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

■ La place de la délégation dans l'animation d'une équipe

A quoi cela sert.

Savoir déléguer, pourquoi et à qui

Quels sont les objectifs pour l'entreprise et le responsable hiérarchique

Savoir saisir les opportunités et repérer le bon moment pour déléguer

■ La préparation d'une délégation

Clarifier les aspects de toute délégation. Les 6 motivations principales pour le collaborateur

Les compétences nécessaires pour réussir cette délégation

■ La présentation d'une délégation

L'exposé par le responsable hiérarchique : informer sur l'enjeu, le pouvoir confié, ses limites, ses exigences et ses contraintes

La participation du collaborateur à la rédaction du projet, aux objectifs et aux actions à mener

La négociation des deux partenaires sur les moyens à mettre en oeuvre

La mesure des performances et le suivi des résultats

La formation et l'information préalable à prévoir. Les 8 lois de la communication adaptées au dialogue

■ Le suivi de la délégation

Le respect des dates prévues. Le respect de l'analyse des différents critères de mesure

Le retour sur investissement : la réussite du collaborateur et ses suggestions

L'échec du collaborateur : l'analyse des causes, le droit à l'erreur, ses limite

Coaching

Objectifs

Positionner les enjeux du coaching;

Acquérir les outils fondamentaux du coaching

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

■ Le coaching : définition

Origine et perspective. Les frontières du métier de coach

Une déontologie personnalisée

■ Savoir poser un diagnostic

Etudier l'environnement et le contexte. Faire formuler une démarche explicite

Identifier les besoins du coaché. Formaliser et contractualiser

■ Les attitudes clés du coach

Ecouter pour mieux avancer ensemble

Les signes de reconnaissance appropriés pour renforcer le coaché

La méta-communication. La régulation

Le transfert et le contre transfert : les points à travailler

■ Des outils adaptés en fonction des demandes

La grille d'autonomie pour se situer dans ses évolutions

Les 7 étapes de deuil à respecter pour mieux le vivre

Les jeux psychologiques ou comment aider le coaché à sortir d'un engrenage

Les diagnostics de personnalité

L'analyse organisationnelle

MANAGEMENT D'EQUIPE

Manager avec Performance

Objectifs

Mesurer les enjeux du management;
Utiliser les techniques de teambuilding, de coaching, de médiation, de créativité pour dynamiser la gestion de son équipe

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

■ ■ **Les enjeux du management aujourd'hui**

Assurer la cohésion de l'équipe. Entretenir la motivation des équipes

Manager la compétence collective. Faire circuler l'information

Gérer le knowledge management. Gérer les projets et la transversalité

■ ■ **Coaching et teambuilding : renforcer compétences et cohésion pour gagner**

Savoir diagnostiquer les points forts et les points faibles des collaborateurs et de l'équipe

Identifier les attentes de chacun. Trouver les solutions d'accompagnement

Savoir accompagner les évolutions. Mobiliser l'équipe autour d'un projet

■ ■ **Savoir mettre en oeuvre une dynamique de médiation**

Savoir diagnostiquer les blocages et les goulots d'étranglement

Savoir intervenir en amont

Favoriser la bonne compréhension et la bonne collaboration entre les personnes de son équipe

Savoir gérer les difficultés

■ ■ **Utiliser la créativité et l'innovation pour construire l'avenir**

Faire émerger et remonter les idées

Utiliser les techniques de créativité : brainstorming, analogie, écoute, flexibilité

Développer l'imaginaire

Savoir exploiter un potentiel de créativité et le transformer en innovation

Savoir Fixer des Objectifs

Objectifs

Négocier des objectifs réalistes avec sa hiérarchie ;

Etablir un plan d'action concerté avec son équipe;

Valoriser les contributions de son équipe auprès de sa hiérarchie et des autres services de l'entreprise.

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

■ ■ **Connaître le plan de charge de son équipe**

Etablir clairement la charge de travail de ses collaborateurs

Etablir un planning de charges prévisionnelles de son équipe

Diagnostiquer les potentialités de son équipe

■ ■ **Resituer les objectifs dans la cohérence stratégique de l'entreprise**

Vérifier les différents niveaux de demande et d'attente de sa hiérarchie

Pondérer et hiérarchiser les priorités. Clarifier les conditions d'arbitrage

■ ■ **Consolider avec son équipe un scénario de réalisation**

Animer une réunion de consolidation d'objectifs avec son équipe

Valider un planning prévisionnel de travail

■ ■ **Mener une négociation d'objectifs**

Mieux se connaître dans sa relation avec sa hiérarchie

Savoir présenter et argumenter les propositions de son équipe

Valider ensemble un planning de réalisation

■ ■ **Faire apparaître les succès comme les difficultés**

Faire des points de suivi réguliers avec l'équipe

Mettre en place les indicateurs de progression de l'équipe

Diffuser et valoriser les résultats auprès de l'environnement

MANAGEMENT D'EQUIPE

Les Outils du Manager

Objectifs

Appréhender et acquérir les outils de management d'une équipe; Elaborer un système cohérent d'animation et de suivi de ses collaborateurs.

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

- **Le manager face à sa mission et à son équipe**
 - La classification des missions du responsable . La grille d'analyse de l'équipe
 - La grille d'analyse des comportements des collaborateurs
 - La matrice de motivation des collaborateurs
- **Analyse et positionnement des ressources du manager**
 - L'analyse des styles de direction: les 4 cartes du manager
 - Son positionnement dans la relation hiérarchique
 - L'identification des modes de fonctionnement dans le travail
- **Elaboration d'une stratégie d'action par collaborateur**
 - La fiche collaborateur . La matrice d'analyse . La fiche action
- **Mise en place d'actions efficaces et spécifiques auprès des collaborateurs**
 - Faire passer un message : encourager, recadrer, creuser, former, informer
- **Développement et suivi de ses actions**
 - Le plan de suivi personnel . Les indications de progrès
- **Etude de situations de management au quotidien**
 - Ces situations sont apportées par les participants

Organiser le Travail de son Equipe

Objectifs

Posséder des outils d'analyse de l'organisation d'équipe; Visualiser une organisation optimale de l'équipe; Concevoir un plan d'amélioration

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

- **L'analyse du travail de l'équipe**
 - Les objectifs de résultat. Les objectifs d'activité. L'analyse des "clients" internes et externes
- **Les fonctions clefs d'une équipe de travail**
 - Production, organisation, information, régulation, animation, contrôle
- **L'analyse des relations collaborateur/poste**
 - La grille préférences/compétences. La définition de poste et le référentiel de compétences
- **L'analyse de l'équipe dans son fonctionnement de travail**
 - L'organigramme des relations. L'organigramme des compétences
 - L'organigramme des préférences
- **L'organisation de la production de l'équipe**
 - La gestion des flux. La gestion de la communication avec les autres services
 - La gestion des ressources matérielles
- **L'animation de l'équipe autour de son organisation**
 - Les réunions de planning hebdomadaires ou mensuelles
 - Le suivi collectif et individuel des réalisations
- **La négociation des objectifs de l'équipe avec sa hiérarchie**
 - Préparer un dossier en relation avec le plan de charge. Hiérarchiser les demandes
 - Proposer des scénarios d'arbitrage
- **Faire face aux résistances de son équipe**
 - Analyser les craintes et les réserves. Recadrer les enjeux
 - Approfondir et creuser les problèmes.. Explorer des solutions. Arrêter un plan d'action

MANAGEMENT D'EQUIPE

Gestion des Conflits

Objectifs

Dissocier la part liée à l'émotif et aux éléments rationnels dans un conflit; maîtriser sa propre émotivité dans une situation de conflit; Sivre une stratégie positive de résolution de conflit

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000 ,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

- ■ Analyser un conflit

Conflit portant sur un projet, des principes ou des valeurs

Conflit lié à des désaccords sur des modalités. Conflit simplement relationnel

- ■ Canaliser ses comportements dans un conflit

Analyser et décomposer la situation. Prendre en compte ses émotions et ses croyances

Retrouver une ressource positive

- ■ Repérer la stratégie de son ou de ses interlocuteurs

Saisir le cadre de référence de l'autre. Observer son non-verbal

Pointer ses motivations, ses intérêts, ses bénéfices éventuels

Identifier les jeux psychologiques sous-jacents

- ■ Ramener son interlocuteur dans une disposition de résolution positive

Le recadrage positif. L'humour

Le changement de plan. Le repositionnement "gagnant/gagnant"

- ■ Analyser et mettre à plat le différend

Tester la "bonne foi" de l'interlocuteur. Imaginer des solutions en forme de portes de sortie

Souligner l'accord. Vérifier la disposition de l'interlocuteur

- ■ Préparer l'avenir

Renforcer la qualité de la relation. Anticiper les prochains différends

Management de projet

Objectifs

Découvrir la nécessité de progresser par projet pour soi et pour son équipe;

Formuler un projet pertinent en relation avec son cadre de travail;

Elaborer et rédiger un projet.

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000 ,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

- ■ La notion de projet

Qu'est-ce qu'un projet ?

La dynamique du projet dans les entreprises

La place du projet dans son cadre de référence et celui de l'équipe

- ■ Visualisation de sa réalisation

Se projeter à moyen et long terme.

Analyser son environnement. Apprendre à formuler ses objectifs

- ■ Les facteurs d'élaboration d'un projet

Les résistances lors de l'élaboration du projet. Le principe de réalité

- ■ Construction par étape du projet

Mettre en place les sous-objectifs. Etablir un planning de réalisation Définir les points de contrôle

- ■ Validation du planning par l'équipe

Préciser à chacun son rôle. Négocier les objectifs. Définir les points d'auto-contrôle

- ■ Mise en place d'un plan de communication et d'information

Repérer le système de valeurs de son environnement : entreprise, autres services, hiérarchie

Analyser la cohérence et les écarts de points de vue. Mettre sur pied une présentation adaptée

- ■ La vie du projet

MANAGEMENT D'EQUIPE

Gestion Efficace du Temps Niveau I

Objectifs

Acquérir des outils et des méthodes de gestion du temps afin de mettre en place des comportements nouveaux.

Nombre de jours:2

Prix / Groupe: 18.000 ,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

■ ■ Le temps : un allié de votre croissance professionnelle

Comment structurer son temps

Connaître les différentes manières de structurer son temps

Types de personnalités et structuration du temps

■ ■ Utiliser ses forces positives

Mieux connaître son capital énergie, ses rythmes de travail

Savoir se concentrer, se motiver, s'arrêter, se relaxer

■ ■ Intégrer le stress

Rôle du stress, personnalités sensibles

Se servir du "bon" stress, se protéger du "mauvais" stress

■ ■ Savoir faire des choix

Fixation et fractionnement des objectifs . Hiérarchisation des priorités

Savoir filtrer, sélectionner les véritables urgences et savoir déléguer

■ ■ Maîtriser son temps sans subir

S'aider de ses états du moi positif

Techniques de planification : outils spécifiques facilitant la gestion du temps

■ ■ Qu'acceptez-vous de changer ?

Déterminer les points réalistes de son contrat de changement

Visualiser les résultats, modéliser ceux qui savent gérer leur temps

Gestion Efficace Du Temps NiveauII

Objectifs

Approfondir l'approche de sa relation au temps et mettre en oeuvre de nouveaux outils

Nombre de jours:2

Prix / Groupe: 18.000 ,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

■ ■ Bilan personnel de gestion du temps

Objectifs personnels et ressources mises en œuvre

Objectifs non atteints et résistances rencontrées

Bénéfices de la situation actuelle et de la situation recherchée

Déterminer les améliorations possibles pour chaque participant

■ ■ Gestion du temps et gestion des situations

Temps personnel et temps collectif : . les enjeux, les interlocuteurs, les moments.

téléphone, déplacements, savoir dire non

Le travail en binôme :. le respect du temps : le mien, le sien . le partage des rôles

Le travail en équipe : . la polyvalence, le partage des tâches. l'optimisation des

réunions et des entretiens. la délégation

Le travail inter-service et avec l'extérieur :. "tout client de..., tout fournisseur de..."

■ ■ Gestion du temps et gestion de l'information

Savoir rechercher, traiter et classer l'information. Dégager l'essentiel

Organiser la circulation de l'information. Organiser le classement de l'information

Organiser la tenue à jour de l'information

■ ■ Gestion du temps et gestion de l'activité

■ ■ Etablir un contrat personnel de succès

MANAGEMENT D'EQUIPE

Gestion du Stress et Efficacité Personnelle

Objectifs

comprendre les origines et le mécanisme du stress pour le canaliser;

Adopter une méthode et des outils afin de gérer ses états de stress personnels (ainsi que ceux de l'entreprise) et d'améliorer son efficacité

Nombre de jours:2

Prix / Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

■ ■ Connaître le stress

Définition du stress
Ses causes
Ses conséquences

■ ■ L'utilité du stress

Le stress "bénéfique " est le pivot de la motivation et de la créativité
Les différentes réactions en fonction des personnalités

■ ■ Le stress dans l'entreprise

Tester son propre degré de stress
Repérer les signaux d'alarme
Auto-diagnostic

■ ■ Transformer le stress destructeur en stress constructeur

Prendre conscience de la relation corps-esprit
Maîtriser la fonction respiratoire qui apporte le calme, la confiance, le bien-être pour contrôler ses réactions physiques
Vivre avec une conscience plus aiguë pour transformer le stress
S'adapter aux contraintes de la vie moderne pour éviter la fatigue, les tensions, le stress
S'initier à l'art de vivre détendu et en pleine forme

Motiver et Animer son Equipe de Travail

Objectifs

Acquérir des outils et des méthodes d'animation d'équipe et comprendre les ressorts de la motivation

Nombre de jours:2

Prix / Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

■ ■ Motivation

Identifier où se situent les ressorts de la motivation
Repérer quelles sont les causes de démotivation
Différencier l'énergie positive qui devient synergie et l'énergie négative qui se fixe sur de faux problèmes
Rechercher les moyens disponibles pour dépister, réduire et éviter les faux problèmes

■ ■ Communication

Identifier les différents niveaux de communication
Langage verbal et non-verbal. Perception : canaux et déformations
Comprendre et se faire comprendre. Prévenir les "malentendus"
Les conditions d'une communication saine : l'écoute active

■ ■ Pratique du travail en groupe

Objectifs personnels et objectifs communs
Définir son rôle et celui de chacun
Informations utiles et inutiles
Réduire les tensions existantes
Disposer de plusieurs styles d'autorité
Reconnaître le droit à l'erreur
Mettre en place des objectifs clairement définis et publiés
Faire connaître les points de vérification

MANAGEMENT D'EQUIPE

Ecrire pour être lu: Niveau I

Objectifs

Analyser les conditions d'une expression efficace ;

Apporter des techniques relatives aux différentes formes de communication dans l'entreprise : notes de service, lettres, procès-verbaux, comptes rendus et rapports

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

■ La communication : son processus, ses difficultés

Les conditions d'une bonne communication. Les buts de la communication

■ Les facteurs à prendre en compte dans un écrit

A qui s'adresse-t-on. Quel est l'objectif poursuivi. Dans quel contexte écrit-on
Adaptation du message en fonction des trois facteurs de la communication écrite :
.l'interlocuteur. l'objectif. le contexte

■ Les idées, leur organisation

Recueillir et classer les informations. Structurer les idées. Bâter un plan

■ La lettre

Déterminer l'objectif. Structurer en paragraphe, acquérir le "réflexe plan"
Utiliser les formules d'appel et de politesse

■ La note

Notes d'information, circulaires, notes d'instruction. Informer, inciter, faire agir
Rédaction d'un message sur le mail. Spécificité, impact de la messagerie électronique

■ Le compte rendu et le rapport

Les fonctions du compte rendu et du rapport (proposition orientée vers une décision)
Le contenu du rapport (analyse, argumentation, proposition d'action)

■ Amélioration de la lisibilité d'un texte

Ponctuation, choix des exemples, titres et sous-titres, tableaux et graphiques
Méthode de relecture en orthographe sur textes dactylographiés

Ecrire pour être lu: Niveau II

Objectifs

Renforcer les acquis du niveau 1 à travers un travail individualisé portant sur des applications spécifiques telles que compte-rendus, rapports et notes de synthèse

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

■ Rappel et approfondissement des principales règles d'expression efficace

La méthodologie de l'écrit. Les règles de rédaction et de présentation
Approfondissement des règles permettant de structurer un écrit

■ Le compte rendu

Qu'est-ce qu'un compte rendu. Sa spécificité par rapport aux autres écrits professionnels
Son objectif : informer objectivement des faits, des décisions, des débats
Type de comptes rendus et plans

■ La note de synthèse

Qu'est-ce que la note de synthèse ?
Sa spécificité par rapport aux autres écrits professionnels
Son objectif : présenter un document synthétique élaboré à partir d'une masse d'informations variées

■ Le rapport

Qu'est-ce que le rapport ? Sa spécificité par rapport aux autres écrits professionnels
Son objectif : proposer une action à partir de l'analyse d'un problème
La méthodologie d'élaboration :
.collecter les informations. distinguer faits et opinions
. présenter les faits objectivement, de façon étayée et argumentée
. proposer des solutions et leur modalité de mise en oeuvre pour aider à prendre les décisions

MANAGEMENT D'EQUIPE

Communication interpersonnelle

Objectifs

La communication interpersonnelle constitue l'assise du bon fonctionnement en équipe, en groupe de travail ou au sein d'une entreprise. Cet atelier permet d'acquérir les notions d'une bonne communication interpersonnelle.

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

■ ■ **Exprimer ses idées**

Adapter son discours à son interlocuteur
Faire preuve de cohérence dans l'expression du verbal et du non-verbal
Énoncer des idées précises, concises, structurées.

■ ■ **Écouter et poser des questions**

Synthétiser le message
Reformuler les propos
Vérifier sa compréhension du message
Décoder et vérifier le non-verbal
Poser des questions pour obtenir des réponses concrètes.

■ ■ **Maintenir l'échange relationnel**

Structurer son propos en fonction du but visé et avec tact
Ne pas porter de jugement
Découvrir et dénouer les obstacles à la communication
Intervenir pour rétablir le lien en situation de conflit ou de malentendu relationnel.

■ ■ **Donner du feed-back**

Annoncer ses intentions et rassurer son interlocuteur
Donner le bon type de feed-back en fonction du contexte et au moment approprié
Considérer les effets de ce feed-back
Faire porter le feed-back sur des aspects pertinents et précis.

Travailler Efficacement avec les Autres

Objectifs

maîtriser les techniques permettant de rendre plus efficace son travail avec les autres

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

■ ■ **Participer ensemble à un projet commun**

Savoir travailler avec un enjeu
Se doter d'objectifs concrets de résultat
Passer ensemble des objectifs à l'action

■ ■ **Clarifier le rôle des différents interlocuteurs**

Se mettre d'accord sur qui fait quoi et pour quand
Définir ensemble le pouvoir et les limites de chacun

■ ■ **Mettre au point la planification de l'action**

Construire un calendrier avec les autres interlocuteurs
Mettre sur pied les outils de contrôle et de suivi des étapes de la progression

■ ■ **Repérer et traiter les blocages individuels et collectifs**

Analyser les écarts
Négocier ensemble et trouver les solutions

■ ■ **Informé et être informé en permanence**

Construire un réseau d'information pour une meilleure collaboration
Savoir faire vivre l'information

MANAGEMENT D'EQUIPE

Prise de parole en public Niveau I

Objectifs

Maîtriser toutes les clés du succès de l'intervention orale pour prendre confiance en sa communication

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

■ ■ Préparer efficacement son intervention orale

Déterminer quel est l'objectif principal et identifier le message essentiel.
Choisir le meilleur angle.
Hiérarchiser l'information pour la dynamiser.
Utiliser les lois de proximité pour se rapprocher de son auditoire.
Connaître les 5 W et les utiliser pour mieux informer.

■ ■ Dépasser son trac

Tenir compte de son public et anticiper ses réactions.
Contrôler sa respiration pour se détendre.
Mieux connaître sa voix pour l'utiliser plus efficacement : pose de la voix, volume,
Utiliser les regards et les gestes pour avoir plus de présence.

■ ■ Les règles pour le débat

Créer un climat de confiance.
Susciter la participation du groupe.
Adapter son vocabulaire, éviter le jargon, les tics de langage, les sigles et les mots techniques. Faire face aux objections et garder la main.

■ ■ Réagir en situation difficile

Canaliser l'agressivité des participants. Identifier les leaders et les isoler du groupe.
Tenir compte des rapports hiérarchiques.
S'imposer face à un spécialiste, garder sa crédibilité et son leadership.

■ ■ Tous les exercices sont enregistrés en vidéo

■ ■ Évaluation : exercice enregistré, analyse

■ ■ Préparer une intervention pertinente et percutante

S'assurer que l'on a choisi le bon objectif.
Prendre en compte les attentes et les besoins de son public.
Revoir les principes essentiels de construction du discours: l'angle le plus efficace, la hiérarchie de l'information, la pyramide inversée.

■ ■ S'entraîner à l'improvisation. Préparer son intervention en temps limité.

Choisir le message prioritaire et aller à l'essentiel.
Utiliser la notion d'angle pour gagner en cohérence et en précision.
Se mettre en condition favorable pour l'improvisation.

■ ■ Quel travail faire sur l'image qu'on a de soi

Avoir des points de repère pour se critiquer de manière constructive.
Identifier ses points forts et ceux à améliorer.
Trouver son style et gagner en naturel; travailler sa voix, son phrasé

■ ■ Comment se comporter face à une situation de crise

Identifier les motifs de l'agressivité des participants pour la désamorcer.
Poser les bonnes questions pour comprendre la cause du problème.
Les techniques de base de l'interview et savoir comment répondre à la presse.
S'entraîner à informer dans un contexte conflictuel

Prise de parole en public Niveau II

Objectifs

S'entraîner de façon intensive à communiquer oralement pour apprendre à faire face aux situations les plus imprévisibles et les plus conflictuelles

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

ACTION COMMERCIALE-MARKETING

Motiver et Animer votre Equipe Commerciale

Objectifs

Définir un mode de Management en harmonie avec sa personnalité et son équipe;

Acquérir les techniques d'animation et savoir insuffler une motivation forte pour développer les résultats

Nombre de jours: 2

Prix/ Groupe: 18.000 ,00 DHS HT

Prix/ Personne: 4.000,00 DHS HT

■ ■ Bien se connaître pour mieux Manager

Réaliser l'auto-diagnostic de votre personnalité

Analyser les conséquences en matière de communication et d'Assertivité

Réfléchir sur votre métier : . rôle, mission, responsabilité, compétences à mobiliser

Comment élaborer votre Plan d'Actions Managérial (PAM)

■ ■ Savoir écouter

Mettre en valeur votre équipe grâce à l'Ecoute Active

Développer la maîtrise de soi.

Comment développer une démarche positive

■ ■ Motiver votre équipe pour l'amener à la performance

Analyser chaque vendeur : . motivations personnelles. compétences et résultats obtenus

Organiser et distribuer les tâches motivantes

Développer l'esprit d'équipe : . réunions, lancement produit, salons...

Accompagner la progression collective et individuelle

Développer une culture coaching, tutorat, formation.

■ ■ Animer les vendeurs au quotidien

Donner du sens à votre action commerciale : . fixer les objectifs, déléguer.

Concevoir votre Plan d'Actions Commerciales (PAC). Fédérer son équipe autour du PAC

Comment mener des entretiens efficaces : . entretien d'évaluation, réunion d'équipe

■ ■ Savoir traiter les situations conflictuelles

Faire face à la démotivation des commerciaux. Savoir dire "NON" et s'affirmer

S'entraîner à la résolution de conflits. Comment prendre des décisions impopulaires

Prospecter & 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.

Nombre de jours: 2

Prix/ Groupe: 18.000 ,00 DHS HT

Prix/ Personne: 4.000,00 DHS HT

■ ■ 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

Répondre aux objections : objections prix. objections disponibilité. objections qualité

■ ■ 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

ACTION COMMERCIALE-MARKETING

Gestion du temps des Commerciaux

Objectifs

Identifier les actions chronophages et y remédier;

Maîtriser les techniques de gestion du temps et les outils d'organisation personnelle.

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

■ Identifier votre relation au temps

Auto-diagnostic :

. votre situation actuelle. vos activités "chronophages" : où perdez-vous du temps
. votre discipline dans le travail. votre méthode d'organisation. votre aptitude à vous contrôler et à communiquer (en interne, au téléphone, lors de vos rendez-vous)

■ Gérer votre Temps et vos Priorités

Découvrir et mettre en oeuvre les 4 actions-clés:

. anticiper - hiérarchiser - planifier - contrôler

Différencier Urgent et Important

■ Optimiser votre capacité organisationnelle

Evaluer votre temps en entretien de vente

Equilibrer votre charge de travail et planifier votre activité commerciale

Diagnostiquer les places fortes de votre secteur et ses vulnérabilités

■ Les outils pour gérer efficacement votre temps

Comment optimiser votre agenda.

Utiliser les nouveaux moyens: ordinateur, agendas électroniques

Développer votre communication grâce au mailing

■ Le téléphone : outil central de votre efficacité

Les principes de base de la communication téléphonique

Construire un plan d'entretien performant : être accessible. être pertinent. faire agir

■ Gérer votre stress

Définir le stress. Connaître son mécanisme et ses réactions

Identifier les sources du stress. Découvrir les remèdes adaptés

Savoir Traiter les Réclamations

Objectifs

Développer les compétences relationnelles et commerciales pour gérer efficacement les réclamations;
Apprendre à sécuriser un client qui réclame par le développement de la maîtrise de soi;

Transformer une rencontre conflictuelle en une recherche de solution commune.

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

■ Identifier le type de réclamation

Traiter la réclamation au téléphone.

Traiter la réclamation en face à face

Traiter la réclamation par écrit

■ Se préparer à écouter et comprendre

Comment analyser une réclamation.

Comprendre les 4 comportements type de la personne et comment y répondre

■ Dialoguer

Développer une attitude proposante, se centrer sur lui et le valoriser

Reformuler pour recadrer l'ensemble

Savoir être attentif et courtois

■ Résoudre

Comment clarifier et s'assurer des intentions communes

Chercher les points d'accord et les valider.

Prendre des engagements concrets

■ Formaliser

Choisir les mots justes et le style adapté : utiliser des verbes d'action positifs

Personnaliser la réponse pour valoriser votre client

■ Etablir le suivi

Quelles informations remonter, qui informer et pour quelles actions

Mettre en place des indicateurs de suivi des réclamations

ACTION COMMERCIALE-MARKETING

Techniques de Fidélisation des Clients

Objectifs

Mettre en place une stratégie de fidélisation ;

Mettre en place un tableau de bord de fidélisation.

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000 ,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

■ Visualiser les enjeux de la fidélisation

Le rôle du marketing relationnel face à la concurrence

Développer le sens Client au sein de l'entreprise

■ Définir une stratégie de fidélisation

Déterminer les clients cibles suivant leur importance

Analyser les motivations de chaque segment de clientèle

■ Préparer une opération de fidélisation

Analyser la relation Client avec les autres services de l'entreprise (ADV, technique)

Analyser les défections clients

Analyser les actions de fidélisation de la concurrence

■ Construire le Plan d'Actions de Fidélisation (PAF)

Clients privilégiés : club, cartes de fidélité, parrainages et salons professionnels

Agir sur la qualité des garanties et la réactivité du SAV

Action de promotion : tarif. produit. information privilégiée

Mettre en place des actions de Marketing Direct

Savoir analyser la rentabilité de ces actions

Savoir faire un reporting quantitatif et qualitatif de la fidélisation

■ Communiquer pour fidéliser

Intégrer le PAF aux Plans Marketing et Action Commerciale

Définir un plan média adapté

Gestion de la Relation Client

Objectifs

Améliorer l'accueil et l'écoute client pour véhiculer une image positive de votre entreprise;

Communiquer efficacement pour établir un climat de confiance ;

Gérer les situations difficiles dans la relation client pour fidéliser les clients

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000 ,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

■ Vos clients : qui sont-ils et qu'attendent-ils ?

Identifier les profils types de vos clients et les différentes personnalités

Comprendre les motivations de vos clients

Valoriser votre image et celle de votre entreprise dans tous les contacts clients

Maîtriser les enjeux de la Relation Client

■ Communiquer efficacement en face à face et au téléphone

Connaître les principes de base de la communication

Maîtriser les attitudes à adopter face au client.

Se préparer avant le contact client

Prendre en compte les attentes et proposer des solutions concrètes

■ Optimiser la relation client

■ Aborder les situations difficiles dans la relation client

Adopter le bon comportement dans une situation difficiles

Analyser le dysfonctionnement et penser Solution plutôt que Problème

Savoir expliquer en utilisant un discours positif et "non-technique"

■ Effectuer un suivi de la relation client

Etablir un suivi du client pour pérenniser la relation

Transmettre les informations en interne pour garantir la continuité de service

Etablir un plan d'actions et informer le client

ACTION COMMERCIALE-MARKETING

Bien Accueillir pour Mieux Vendre

Objectifs

Favoriser les démarches d'accueil pour refléter l'image de marque de votre société;

Créer un climat convivial propice à la poursuite de l'action de vente.

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

Développer vos Performances commerciales au Téléphone

Objectifs

Maîtriser l'outil téléphone afin d'en faire un instrument régulier et performant de communication commerciale;

Acquérir des outils pour prendre rendez-vous, conseiller et vendre par téléphone.

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

■ ■ Le rôle de l'accueil

Prendre conscience de l'importance de la satisfaction du client
L'occasion pour le client de confronter ce qu'on lui a dit sur l'entreprise et la réalité
Les enjeux d'une bonne présentation.
Effectuer un diagnostic de votre style d'accueil

■ ■ Accueillir et mettre à l'aise en face à face ou au téléphone

■ ■ Savoir identifier les motivations du client

Les techniques de questionnement
Analyser le temps dont dispose le client et ce qu'il attend de nous:
. traiter une réclamation
. obtenir une documentation technique ou commerciale. être conseillé sur un modèle

■ ■ Savoir orienter le client

Identifier la demande réelle du client. Résumer ce qu'il souhaite
Mettre en place des solutions adaptées à la demande du client
Prendre congé du client et laisser une bonne image

■ ■ Savoir traiter les situations difficiles

Dépassionner le débat. Prendre le temps d'écouter.
Rassurer et sécuriser le client (plan d'actions)
Traiter les objections sur un service de l'entreprise

■ ■ Savoir fidéliser la clientèle

Optimiser une relation de qualité.
Se rapprocher du client pour en faire un véritable partenaire
Les moyens à mettre en oeuvre pour fidéliser

■ ■ Comprendre l'importance du téléphone dans l'action commerciale

La transmission du message. La gestion d'une image de marque.
La prise de rendez-vous
L'organisation de rendez-vous. Le conseil, l'écoute, la recherche d'informations
La proposition, la vente, les situations difficiles

■ ■ Maîtriser les techniques et les spécificités de la communication téléphonique

Les outils essentiels du téléphone commercial :
. la voix, l'écoute, le vocabulaire approprié, les attitudes positives, les règles d'or
La reformulation. La technique du questionnement. La force du silence. La prise de note

■ ■ Préparer une communication téléphonique

L'organisation de vos fichiers.
Le guide d'entretien: argumentaire. cahier d'objections
La préparation des appels .La rédaction de la fiche contact. L'analyse et l'interprétation des ratios

■ ■ L'action commerciale au téléphone

Les différents types d'action commerciale au téléphone: vente, création de trafic, conseil, relance, gestion des réclamations, fidélisation de vos clients, winback - reconquête de vos clients perdus
La structure de l'entretien ou les 4C : Connaître, Communiquer, Convaincre et Conclure
Gérer le timing d'un appel.
Utiliser la technique de "l'entonnoir" pour garder la maîtrise de l'entretien

■ ■ Prendre des rendez-vous par téléphone

Le barrage des secrétaires.
La présentation et la phrase d'accroche
Le développement.
La proposition, la réponse aux objections et la conclusion

ACTION COMMERCIALE-MARKETING

Techniques de vente

Objectifs

Connaître les bases de la vente B to B.

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

■ Contexte et métiers

Renforcer les missions de base du vendeur.
Développer la structure de l'entretien de vente. Structurer son argumentaire

■ Renfort des missions d'un vendeur

Aide à la vente. Construction de l'image de marque
Optimisation de l'organisation. Gestion de l'activité.

■ Rappel de la structure d'un entretien de vente

Prise de conscience de méthodes et techniques de vente efficaces
Rappels des différentes étapes d'un entretien de vente

■ Prise de contact

Prise de Rendez-vous par téléphone. Personnalisation du contact pour se démarquer. Annonce de l'objet de la visite sans dévoiler ses objectifs

■ Maîtrise de la « découverte »

Identification des points d'appui pour l'argumentaire
Décoder les motivations dominantes du client . Renforcer sas connaissance du client. Analyser l'environnement. Maîtriser les techniques de dialogue

■ Structurer l'argumentation

Identifier la définition d'un argument
Traduire des caractéristiques produites en avantage pour le client
Renforcer les bénéfices clients par des preuves chiffrées

■ Appuyer son argumentaire par des supports

Préparer ses supports. Adapter leur utilisation aux différentes étapes de l'entretien. Eviter les pièges

■ Préparer sa visite

Identifier la méthode de préparation.
Analyser pour identifier les opportunités commerciales
Se fixer des objectifs. Lister les Caractéristiques / Avantages
Construire la Découverte. Anticiper les objections.
Trouver les réponses

■ Conclure la vente

Réussir vos Entretiens de Vente

Objectifs

Maîtriser les différentes étapes de l'entretien, de la préparation à la conclusion;

Connaître la structure d'un entretien de vente pour augmenter votre professionnalisme vis à vis de vos clients.

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

■ Préparer un entretien de vente

Collecter les informations sur votre client
Définir l'objectif et la stratégie de l'entretien :. déterminer le processus décisionnel
Connaître le poids et les motivations de chaque interlocuteur:. décideur, prescripteur...

■ Conduire un entretien de vente

Comment établir le climat de confiance nécessaire à la négociation
Maîtriser les techniques d'observation et de synchronisation
Développer vos capacités d'écoute et d'analyse grâce au questionnement actif
Découvrir les applications, les besoins, les motivations et les valeurs du client
Maîtriser l'art de la reformulation pour analyser et hiérarchiser les informations

■ Proposer une solution et argumenter

Comment montrer votre compétence de conseiller d'achat en développant chaque avantage de votre offre (Méthode CAB).
Utiliser les outils d'aide à la vente.
Présenter le prix de vos prestations
Découvrir les 4 techniques pour convaincre

■ Garder le cap en cas d'objections

■ Conclure pour vendre

ACTION COMMERCIALE-MARKETING

Négociation Commerciale

Objectifs

Savoir choisir une tactique de négociation commerciale gagnante;
S'entraîner aux différentes variantes de négociation difficile; développer ses capacités d'adaptation afin de maîtriser les enjeux et les processus de décision.

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000 ,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

■ ■ **Savoir préparer une stratégie de négociation**

Analyser les plus de la préparation matérielle.

Cerner mieux la préparation psychologique

Maîtriser les 13 types de négociation. Comment bâtir une stratégie gagnante en B to B

Découvrir les 7 principes de la négociation

■ ■ **Séduire votre interlocuteur dès les premiers instants**

Comment gagner la confiance de votre interlocuteur

Pratiquer l'Ecoute Active:

. créer une relation de confiance. rechercher la précision de l'information

■ ■ **Découvrir les motivations d'achat de votre client**

Maîtriser la méthode des "3D" pour détecter les besoins et les motivations du client

Comment synthétiser la problématique du client

■ ■ **Réussir une argumentation en toutes circonstances**

Comment présenter efficacement une offre. Connaître les secrets d'une démonstration

Construire et réussir un argumentaire. Comment se différencier de la concurrence

■ ■ **Traiter les objections avec professionnalisme**

Comment anticiper efficacement les objections.

Déterminer l'art de faire accepter un prix

Savoir défendre votre marge. S'entraîner aux différentes techniques de traitement des

objections: la reformulation, la re-définition, l'engagement...

■ ■ **Gérer une négociation difficile**

■ ■ **Savoir conclure avec succès**

■ ■ **De la fonction Marketing à un état d'esprit**

"Tous marketeurs". La place de la fonction dans l'entreprise

Les nouveaux concepts:

. Trade Marketing, category management, veille Marketing, benchmarking..

Les différents types de Marketing: . direct, stratégique, opérationnel...

■ ■ **Maîtriser la démarche Marketing**

La trilogie classique :. Besoin, Marché, Produit

Du stratégique à l'opérationnel

■ ■ **Analyser l'offre**

Les outils d'analyse :. tests, panels, sondages...

La segmentation de l'offre.

Le positionnement produit.

Les stratégies produites

■ ■ **Connaître le consommateur**

Les comportements et les motivations du consommateur: du besoin au renouvellement de l'acte d'achat

Les outils d'analyse : études quanti-quali, études de satisfaction

La segmentation clientèle

■ ■ **Choisir les marchés**

La stratégie de marque ou de produits.

Le marché de masse ou les segments de marché

■ ■ **Gérer votre portefeuille : composer le mix Marketing les "4 P"**

■ ■ **Elaborer le Plan Marketing Opérationnel**

■ ■ **Le Marketing de demain**

Les Clés du Marketing

Objectifs

Comprendre l'importance du marketing dans l'entreprise;
S'initier à la démarche marketing, à ses outils et à leur mise en pratique.

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000 ,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.000,00 DHS HT

ACTION COMMERCIALE-MARKETING

Du Marketing au Plan d'Action Commerciale

Objectifs

Acquérir une méthodologie d'analyse du marché, des clients et de l'offre;
Identifier les indicateurs de son tableau de bord pour mesurer les résultats;
Définir son propre plan d'action commerciale

Nombre de jours: 2

Prix/ Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix/ Personne: 4.000,00 DHS HT

Techniques de Marketing Direct

Objectifs

Connaître les techniques de marketing direct et leur utilisation dans le cadre de la création du plan marketing direct;
Tirer profit des méthodes utilisées pour mettre en œuvre et piloter l'opération marketing direct

Nombre de jours: 2

Prix/ Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix/ Personne: 4.000,00 DHS HT

■ Du Marketing au Plan d'Actions Commerciales (PAC)

Définir la démarche Marketing et ses étapes
Etablir le PAC, lien privilégié entre le Marketing et la Vente. Mettre en place les conditions du succès

■ Analyser l'existant, le point de départ du PAC

Visualiser le marché : volume, segmentation, évolution, potentiel
Mettre en place les outils de projection:
. études qualitatives et quantitatives, veille technologique
Etudier la concurrence: parts de marché, forces, faiblesses, tactiques, axes de pénétration
Connaître le portefeuille produit : pénétration, cycles de vie, mix produits
Analyser son équipe de vente.
Etablir une grille d'analyse de la performance

■ Savoir prendre la décision

Comment déterminer ses priorités qualitatives et quantitatives: cibles, produits
Avoir le meilleur choix tactique
Découvrir les différentes méthodes de prévision des ventes
Choisir les meilleurs moyens: adéquation, faisabilité, délai, coût, réactivité

■ Mettre en place et lancer le Plan

Impliquer et motiver votre équipe grâce aux méthodes de communication
Définir les procédures et TB. Quels indicateurs choisir.
Quand décider des actions correctrices

■ Situer la place du Marketing Direct (MD)

Sa naissance, son développement et sa place aujourd'hui
Les différentes applications.
L'environnement juridico-économique

■ Intégrer le MD dans la démarche marketing globale

Le marketing stratégique.
La segmentation du marché, le choix des cibles et des produits ou des services
La détermination des objectifs quantitatifs et qualitatifs

■ Elaborer votre Plan Média en fonction des objectifs fixés

Les différents outils du MD et leur séle
L'élaboration des tests et l'implication de la force de vente

■ Simuler les résultats financiers du Plan Média

L'analyse du point mort.
Le programme et la durée de vie d'un client.

■ Choisir les cibles et leurs sources

Les fichiers: constituer, gérer, enrichir et sous-traiter.
Les supports de presse: utilisation et sélection

■ Concevoir l'offre

Les règles de base quant au fond et à la forme
Les différents modes de conception en fonction des outils
Les astuces promotionnelles (concours, remise, parrainage, club, garantie, essai gratuit)
Les techniques pour faciliter les réponses

■ Lancer et gérer une opération MD

La phase de test. La gestion des réponses.
L'analyse des résultats et leur généralisation

RESSOURCES HUMAINES

Gestion des R.H

Objectifs

A l'issue du séminaire, les participants comprendront mieux les enjeux de la fonction Ressources humaines et acquerront les connaissances de base permettant de comprendre les liens entre les différents processus RH.

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000 ,00 DHS HT

Prix / Personne: 5.000,00 DHS HT

■ ■ Les différents domaines de la fonction Ressources humaines

Connaître l'évolution de la fonction RH et les grandes probl. GRH d'aujourd'hui.
Préciser les différents domaines de la fonction RH

■ ■ Le recrutement

Identifier les phases clés et le rôle des différents acteurs dans la démarche.
Repérer les grandes étapes de l'entretien de recrutement

■ ■ La rémunération

Comprendre ce qu'est un système de rémunération
Différencier système de rémunération, paie et politique salariale.

■ ■ L'appréciation

Comprendre l'intérêt de mettre en place ou faire évoluer son système d'appréciation.
Comprendre les liens entre l'appréciation et les autres aspects de la GRH.

■ ■ La formation

Identifier les principales phases du processus
Comprendre l'importance des 2 étapes qui encadrent la formation: l'amont et l'aval

■ ■ La gestion prévisionnelle de l'emploi et des compétences

Savoir lire une carte des métiers et des compétences.
Connaître les différentes utilisations de la GPEC.

■ ■ Le climat social

■ ■ Identifier les domaines de pilotage de la fonction RH

La performance de la GRH et de la fonction RH.
Le pilotage de la dimension humaine

■ ■ Mesurer la performance de la GRH

Acquérir la démarche pour construire les tableaux de bord sociaux .
Choisir les indicateurs pertinents.
Connaître les ratios de référence de la fonction RH.

■ ■ Construire des outils pour piloter la dimension humaine

Les outils et les acteurs de l'observation sociale
Concevoir, réaliser et interpréter une enquête de climat social pour piloter les RH.

■ ■ Evaluer le contribution des RH aux grands objectifs de l'entreprise

Savoir présenter et vendre la contribution des RH.

■ ■ Mesurer la performance de la fonction RH

Faire un audit de performance de sa fonction RH.
Repérer les gains de productivité possibles.

■ ■ Mettre l'ensemble des processus RH sous assurance Qualité.

■ ■ Passer du diagnostic au pilotage du progrès.

■ ■ Mettre en œuvre un contrôle de gestion sociale

Contrôler la masse salariale et les effectifs de l'entreprise.
Choisir les outils pour optimiser la pertinence de votre contrôle de gestion sociale.

Nouveaux outils de pilotage de la fonction R.H.

Objectifs

Le participant sera capable de construire des tableaux de bord pertinents pour suivre et piloter sa gestion et ses coûts. Ces outils lui permettront de passer d'une démarche de contrôle des actions passées à une approche prévisionnelle.

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000 ,00 DHS HT

Prix / Personne: 5.000,00 DHS HT

RESSOURCES HUMAINES

Recrutement

Objectifs

En apprenant à se connaître, en s'entraînant à maîtriser les techniques d'entretiens, en respectant une éthique le participant acquiert un plus grand professionnalisme dans l'entretien de recrutement.

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 5.000,00 DHS HT

- Définir les besoins en compétences dans une approche prévisionnelle
Définir le poste, son évolution et le profil du candidat : identifier les compétences du poste et repérer les compétences clés pour gagner demain
Hiérarchiser les compétences clés à rechercher au cours de l'entretien
- Structurer l'entretien
Identifier les spécificités de l'entretien dans le cadre de la mobilité interne.
Rédiger la synthèse.
- Connaître les techniques d'entretien
Varier les attitudes d'écoute au cours de l'entretien
Formuler les bonnes questions pour valider les compétences par des faits concrets.
S'entraîner à la reformulation.
- S'entraîner activement à l'entretien de recrutement
Pratiquer des jeux de rôle.
Mener un entretien pour mesurer les aptitudes et le potentiel du candidat
- Vérifier l'adéquation entre les compétences recherchées et les comportements manifestés au cours de l'entretien
Vérifier les compétences déterminées dans le profil
Utiliser un questionnaire pour les aptitudes les plus souvent recherchées.

Bâtir une gestion prévisionnelle des emplois et des compétences

Objectifs

Pour accompagner les changements dans les entreprises, la fonction RH se réorganise pour mieux participer à la création de valeur. En plaçant la compétence au cœur des processus de la GRH, elle pourra efficacement contribuer à faire de la gestion des hommes un véritable avantage concurrentiel.

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 5.000,00 DHS HT

- Anticiper les évolutions majeures de l'entreprise et leurs conséquences en terme d'emplois et de compétences
Analyser les facteurs d'évolution de l'entreprise.
En fonction des évolutions, construire des scénarios de gestion des R.H.
- Positionner la GPEC dans la GRH
Articuler le concept de la GPEC avec les outils classiques de la GRH
Situer la GPEC dans la stratégie de l'entreprise
- Utiliser les outils de la GPEC
Construire un référentiel des emplois.
Choisir l'approche de la compétence la plus adaptée
- Connaître les ressources et les compétences de l'entreprise
Utiliser une approche quantitative pour connaître la structure actuelle des emplois
Faut-il informatiser la gestion des compétences ?
- Mettre en place une véritable politique de GRH en utilisant la démarche compétences
Faciliter les recrutements en utilisant une terminologie commune.
Connecter le plan de formation à la stratégie de l'entreprise.
- Communiquer pour garantir le succès de la démarche
Construire son projet de GPEC et son plan de communication.
Présenter et vendre le plan d'action en adaptant le message aux acteurs
Faire de l'encadrement le premier acteur en matière de compétences.

CONDUITE DE PROJETS

MS PROJECT Les bases

Objectifs

Utiliser MS Project pour mieux gérer ses projets avec ou sans gestion des ressources

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 10.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 2.000,00 DHS HT

■ ■ Caractéristiques du progiciel et de ses domaines d'application

■ ■ Le paramétrage et la personnalisation du logiciel

Les options et le calendrier de base
Les informations de base sur le projet

■ ■ La planification des tâches

Les différents types de tâches (jalons, principales et récapitulatives)
Saisie des tâches et de leurs relations
Différents affichages des tâches à l'écran : les tables

■ ■ Les ressources

Saisie des ressources, coût et calendrier des ressources
Affectation et règles d'affectation des ressources
La gestion des sur-utilisations des ressources
L'audit manuel et l'audit automatique des ressources
Priorité des tâches

■ ■ Les différents affichages, tables, filtres et rapports

Afficher, modifier, supprimer, regrouper et imprimer
Personnaliser les champs
La fonction "organiser"

■ ■ Le suivi du projet

Saisie de l'état d'avancement du projet, le Suivi du travail

MS PROJECT Fonctionnalités Avancées

Objectifs

Acquérir les fonctionnalités avancées du logiciel MS Project et consolider ses connaissances sur la dernière version

Nombre de jours:2

Prix / Groupe: 10.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 2.000,00 DHS HT

■ ■ Le multi-projet

Liaison entre la tâche et le projet
Liaison entre projets
Consolidation des projets
Exporter ou importer des données avec d'autres logiciels
Création de modèles

■ ■ La maîtrise des ressources

Le partage des ressources entre les projets
Changement des coûts des ressources durant un projet
Le triangle de performance

■ ■ Chemin critique

Identifier le chemin critique
Etablir le réseau, calculer la marge manuel ainsi que la marge sur Ms Project

■ ■ Le travail collaboratif avec MS Project

Avertir les ressources de leur affectation
Demander aux ressources leur avancement, gérer les feuilles de temps
Les supports de communication (messagerie, web). Travailler conjointement avec Outlook

BUREAUTIQUE

WORD LES BASES

Objectifs

Permettre à l'utilisateur de réaliser des lettres, des mémos, des rapports et de créer des documents composites contenant textes, tableaux, graphiques et images.

Nombre de jours: 3

Prix / Groupe: 10.800 ,00 DHS HT

Prix / Personne: 2.400,00 DHS HT

- **Prise en main de Word**
Description de l'écran Word.
Créer, enregistrer, modifier et gérer ses documents
Saisir, supprimer, déplacer, copier du texte.
Les outils correcteurs : orthographiques
La correction et la saisie automatique de textes répétitifs

- **La mise en forme du texte**
Format de caractère, police, style, attribut et animation
Format de paragraphe, retrait, alignement, interligne, espacement et bordure
Listes à puces, numérotées, hiérarchisées
Les styles, créer, modifier, supprimer et appliquer un style

- **La mise en page**

- **Les tableaux**
Largeur, hauteur et positionnement dans la page
Aligner des nombres, du texte, encadrer des cellules
Dessiner un tableau et gérer du texte dans un tableau. Les tabulations

- **Les modèles**

- **Organigramme**

- **Impression d'un document**
Aperçu avant impression
Sélection d'une imprimante, paramétrer le document à imprimer

WORD PERFECTIONNEMENT

Objectifs

La connaissance avancée du logiciel vous permettra de découvrir le réel potentiel du traitement de texte Word et ainsi d'augmenter son efficacité.

De maîtriser le Mailing et les documents raffinés

Nombre de jours: 3

Prix / Groupe: 10.800 ,00 DHS HT

Prix / Personne: 2.400,00 DHS HT

- **Mailing / Publipostage**
Créer une lettre type ou document principale
Créer, modifier, supprimer un fichier de données
Fusionner et éditer les lettres personnalisées
Fusionner des étiquettes
Fusionner avec une base de données Excel ou autre S.G.B.D.

- **Mode Plan et table des matières**
Travailler en mode Plan
Utilisation des niveaux et des titres
Insérer, modifier une table des matières

- **Les formulaires**
Créer, modifier et personnaliser un formulaire
Utilisation des outils case à cocher, liste déroulante, champ texte, protéger le formulaire
Texte en colonnes

- **Barre d'outils dessin**
Travailler des documents artistiques
Objets WordArt, traits, courbes, formes libres, formes automatiques, agenda, dessin
Aligner, grouper, dissocier et déplacer les objets

- **Importer, exporter les données entre Word et les produits Microsoft**

BUREAUTIQUE

EXCEL LES BASES

Objectifs

Créer des tableaux, d'en automatiser les calculs en utilisant des fonctions trigonométriques, statistiques, financières et logiques aussi puissantes que diverses, et enfin de pouvoir présenter un document de synthèse regroupant tableaux et graphiques.

Nombre de jours: 3

Prix / Groupe: 10.800,00 DHS HT

Prix / Personne: 2.400,00 DHS HT

■ ■ Découvrir EXCEL.

■ ■ Créer un classeur

Ouvrir un nouveau classeur.
Saisir des données. Construire des formules de calcul
Modifier, Supprimer des données.
Sauvegarder un classeur

■ ■ Améliorer une feuille de calcul

Utiliser les fonctions intégrées simples. Déplacer, copier, recopier, des cellules
Utiliser les références relatives et absolues
Insérer, supprimer, des cellules, des lignes et des colonnes

■ ■ Mettre en forme et en page

Modifier la largeur des colonnes et la hauteur des lignes. Mettre en forme les données
Encadrements et ombrages.
Mettre en page une feuille de calcul

■ ■ Utiliser les fonctions intégrées

Utiliser les expressions conditionnelles
Réaliser des calculs simples

■ ■ Les graphiques

Créer, modifier, personnaliser un graphique
Modifier les éléments du graphique
Utiliser des graphiques combinés

EXCEL PERFECTIONNEMENT

Objectifs

Maîtriser l'exploitation des tableaux de type base de données avec les outils de gestion et de synthèse;
Améliorer et optimiser son travail avec des analyses complètes du classeur.

Nombre de jours: 3

Prix / Groupe: 10.800,00 DHS HT

Prix / Personne: 2.400,00 DHS HT

■ ■ Créer et protéger un modèle

■ ■ Les recherches

Affecter un nom à une cellule.
Utiliser les formules de recherche
La fonction Recherche, La fonction RechercheV, la fonction RechercheH

■ ■ Consolider des Feuilles de calcul

Gérer plusieurs feuilles de calcul.
Consolider des feuilles de calcul
Réaliser des calculs inter classeurs

■ ■ Les bases de données

Créer une base de données, effectuer des recherches
Utiliser la grille de saisie ou formulaire de saisie
Appliquer un filtre simple, les filtres élaborés, extraire les données

■ ■ Tableau croisé dynamique T. C. D.

Créer et personnaliser un tableau croisé dynamique
Créer et personnaliser un graphique croisé dynamique

■ ■ Utiliser les fonctions complexes

Les expressions Conditionnelles
Utiliser le solveur pour faire des simulations
Les fonctions Financières
La fonction valeur cible.
Le gestionnaire des scénarios

■ ■ Les macros

BUREAUTIQUE

Excel Expert : Fonctionnalités Avancées

Objectifs

Connaître les fonctions et outils avancés d'Excel
Savoir enregistrer et exécuter des macros

Nombre de jours: 3

Prix / Groupe: 10.800,00 DHS HT

Prix / Personne: 2.400,00 DHS HT

■ ■ UTILISER LES FONCTIONS DE DONNEES AVANCEES

Importation / exportation de fichiers texte délimités
Liaisons Access : importation et attachement
Requêtes sur SGBD et sur Internet

■ ■ UTILITAIRES

Tableau à plusieurs hypothèses
Gestionnaire de scénario, variables, affichage, synthèse, fusion
Le gestionnaire de rapports: combiner vues et scénarios
Les vues personnalisées : paramétrage d'impression, rapport
La barre d'outils audit
Le solveur : cellules variables et cibles, contraintes, résultats

■ ■ FONCTIONS DE CALCULS AVANCEES

Les formules et fonctions matricielles
Les fonctions index, equiv

■ ■ MODELES DE CLASSEURS

Contrôles formulaires : listes, cases à cocher, groupes d'options...
Validation d'entrées et des commentaires, protection de classeur
Partage et mise à disposition de classeur

■ ■ MACROS SANS PROGRAMMATION

Enregistrement de macros
Références relatives et absolues dans le code
Classeurs de macros personnelles, macros de classeur
Exécution de macros : raccourcis clavier, barre d'outils

Excel VBA : Automatisation des Traitements

Objectifs

Ecrire des macros dans Excel
réaliser des applications manipulant
les différents objets Excel

Nombre de jours: 3

Prix / Groupe: 10.800,00 DHS HT

Prix / Personne: 2.400,00 DHS HT

■ ■ DES MACROS A VBA

Enregistrer et exécuter des macros à partir d'Excel
Créer des macros avec VBE, utiliser l'aide de Visual Basic
Créer et appeler des procédures

■ ■ LES OBJETS EXCEL

Objets, propriétés et méthodes
Les objets WorkBook, WorkSheet, Range

■ ■ CREER SES PROPRES FONCTIONS DE CALCUL

Définir et intégrer la fonction, ses arguments, sa valeur de retour

■ ■ PILOTER LA MACRO AVEC VISUAL BASIC

Les structures de décision (If, Then, Else, Select Case) et de boucle (For/Next, Do/Loop)
Les variables et les constantes

■ ■ PERSONNALISER LES APPLICATIONS ET L'INTERFACE UTILISATEUR

Affectation de macros à des boutons, images ou barres d'outils
Création de boîtes de dialogue personnalisées

■ ■ REPONDRE AUX ACTIONS DES UTILISATEURS

Ajouter des procédures événementielles dans les classeurs et les feuilles
Utiliser les événements

BUREAUTIQUE

POWERPOINT

Objectifs

Maîtriser la création de diapositives
leur enchaînement et leur sortie à
l'écran ou sur imprimante;
Réussir ses présentations

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 7.200,00 DHS HT

Prix / Personne: 1.600,00 DHS HT

- ■ **Ecrire le texte de la présent**
- ■ **Créer et modifier des diapositives**
Créer des diapositives avec textes , dessins, histogrammes,organigrammes...
Mettre en forme les textes , utiliser les styles.
Utiliser les bibliothèques d'images de Microsoft.
Définir les couleurs, utiliser les modèles.
Numéroter automatiquement les diapositives.
Définir le masque commun à toutes les diapositives.
- ■ **définir l'enchaînement des diapositives.**
Enchaînement manuel ou temporisé.
Supprimer , insérer, déplacer des diapositives.
Définir des branchements entre les présentations.
- ■ **Concevoir les documentations associées à la présentation**
Créer des commentaires associés à chaque diapositive.
Imprimer différents supports papier
- ■ **Utiliser les barres d'outils.**
Afficher, masquer , déplacer, modifier les barres d'outils.
Créer une barre d'outils personnalisée.
- ■ **Importer des éléments d'autres applications**

POWERPOINT PERFECTIONNEMENT

Objectifs

Gagner en efficacité.
Tirer parti de toutes les possibilités
offertes par PowerPoint pour concevoir
rapidement des présentations
professionnelles complexes.

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 7.200,00 DHS HT

Prix / Personne: 1.600,00 DHS HT

- ■ **Adapter PowerPoint à ses propres besoins**
Modifier les paramètres par défaut.
Créer et personnaliser des barres d'outils.
- ■ **Soigner et harmoniser l'apparence de votre présentation**
Distinguer modèle, arrière-plan, masque, styles pour en optimiser l'utilisation.
Modifier les masques. Utiliser les jeux de couleurs.
Créer ses propres modèles.
Concevoir et appliquer une charte graphique.
- ■ **Illustrer les présentations : images et multimédia**
L'impact des images au sein de votre présentation.
Modifier une image existante.
Distinguer les images bitmap des images vectorielles.
Enrichir sa bibliothèque d'images.
Utiliser un appareil numérique. Insérer des clips, des séquences Webcam.
- ■ **Créer des schémas complexes**
Utiliser les outils de dessins de PowerPoint.
Créer des tableaux et des graphiques complexes.
Construire des organigrammes élaborés avec les zones de texte et connecteurs.
Exercices pratiques de réalisations de schémas imbriqués.
- ■ **Rendre la présentation interactive**
Insérer des liens hypertextes.
Insérer des boutons d'action.
Exécuter un programme externe.
- ■ **Animer la présentation**
Optimiser transitions et animations.
Sonoriser la présentation.
Enregistrer un discours.
Emporter sa présentation.
- ■ **PowerPoint et Internet**
- ■ **Liens avec les autres logiciels**

BUREAUTIQUE

ACCESS LES BASES

Objectifs

Créer une base de données (tables), des écrans de saisie (formulaires);
Interroger (requêtes) et imprimer les données (états).

Nombre de jours: 3

Prix / Groupe: 10.800,00 DHS HT

Prix / Personne: 2.400,00 DHS HT

■ ■ Découvrir ACCESS

■ ■ Les bases de données

Ouvrir, renommer, supprimer, partager une base de données

■ ■ Les tables

Création des tables, définir les champs, leurs types de données, la clé primaire et l'index

Définir les propriétés des champs

Saisir, mettre à jour, consulter, supprimer et rechercher les enregistrements

■ ■ Les formulaires

Créer des écrans de saisie personnalisés.

Définir des contrôles et leurs propriétés

Créer des listes de choix, un groupe d'option, des cases à cocher, des boutons d'actions

■ ■ Les requêtes

Choisir les tables à interroger

Ajouter des champs dans une requête, définir un ordre de tri et des critères

Créer des champs calculés.

Etablir des statistiques avec et sans regroupement

Définir les relations. Définir l'intégrité référentielle et le type de jointure

■ ■ Les états

Créer et modifier des états

Trier et regrouper les données

Statistiques au moyen de l'assistant

ACCESS PERFECTIONNEMENT

Objectifs

Maîtriser les requêtes et les formulaires (analyse croisée, paramètres...);

Créer des états complexes: insérer des champs de calcul et de synthèse; création de macros.

Nombre de jours: 3

Prix / Groupe: 10.800,00 DHS HT

Prix / Personne: 2.400,00 DHS HT

■ ■ Maîtrise et personnalisation des tables

Les fonctions Texte, Nombre et Date, les fonctions conditionnelles, le masque de saisie

■ ■ Perfectionnement des requêtes

Etapes de création des requêtes paramétrées

Les requêtes ajout, suppression, mise à jour et création de table

Affichage des données de deux tables/requêtes en une seule (requête UNION)

■ ■ Maîtrise des formulaires

Créer des sous-formulaires et des contrôles onglet

Utiliser des images, faire des liaisons entre les images

Paramétrage du formulaire, utiliser un menu formulaire

■ ■ Mise en page avancée d'un état

Correspondance entre les sections d'états et l'affichage

Création d'états multi-colonnes.

Création d'étiquettes de publipostage

Paramétrage des sauts de page et des ruptures

Insertion d'information dans les en-têtes/pieds de groupes

■ ■ Les échanges de données

Importer et exporter des bases de données avec d'autres logiciels

Mailing Word avec une base de données Access.

Utiliser des champs OLE

Protéger la base de données, autorisation des utilisateurs et des groupes, sécurité

INTERNET

Créer des Pages Web HTML Méthodes et Outils

Objectifs

Matérialiser la présentation d'un produit/service, d'une entreprise ou d'un service en construisant des pages web ;

Connaître le langage HTML; savoir mettre à jour les contenus

Nombre de jours:3

Prix / Groupe: 18.000 ,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.500,00 DHS HT

■ ■ Rappels et mise à niveau sur Interne

Le web et l'hypertexte

Le modèle client-serveur: serveur web et client web (navigateur), le protocole http

■ ■ Conception de pages web

L'organisation d'une réflexion stratégique préalable

L'organisation du projet, les points sensibles

La conception d'un cahier des charges

■ ■ Création des pages web

Les caractéristiques du langage HTML.

La présentation du texte

Les liens hypertextes.

Les tableaux et la mise en page

Les cadres . Les formulaires

L'insertion de scripts (principes).

Les conseils sur la conception des pages web

■ ■ Pages web et serveurs web

Les serveurs web (HTTP).L'hébergement des pages web

Les principes des pages dynamiques

■ ■ Maintenance des pages web et de l'arborescence

La mise à jour de l'arborescence.

La mise à jour des pages web

L'animation des pages web

Java Script DHTML et CSS

Objectifs

Concevoir des sites web interactifs en utilisant JavaScript, les feuilles de styles CSS et DHTML ;

Créer des effets de rollover et des animations

Nombre de jours:3

Prix / Groupe: 18.000 ,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.500,00 DHS HT

■ ■ Comprendre l'utilisation de Javascript dans une page web

Revoir l'architecture web et les limites du langage HTML

Intégrer les scripts Javascript dans une page web

■ ■ Maîtriser la syntaxe du langage Javascript

Connaître les variables, constantes et opérateurs

Connaître les fonctions les plus utiles sur des nombres, des chaînes de caractères

Utiliser des structures de contrôle

Réutiliser du code grâce aux fonctions et méthodes

■ ■ Dynamiser une page web

Gérer les actions de l'utilisateur.

Préremplir et contrôler la saisie d'un formulaire

■ ■ Manipuler les objets prédéfinis de Javascript

Manipuler les fenêtres et documents (objets window, document, frame)

Créer des popups.

Créer des rollover.Gérer la navigation entre les pages web

■ ■ Personnaliser une page Web avec des feuilles de style CSS

Placer et manipuler les feuilles de styles CSS

■ ■ Animer des textes et des images dans la page : le DHTML

Etudier les balises de calques (div, span, layer, nolayer) suivant le navigateur

Animer des textes et des images dans la page

INTERNET

DreamWeaver Créer un Site Web

Objectifs

Apprendre à bien utiliser les ressources de l'éditeur HTML Dreamweaver afin de créer un site web, de sa conception jusqu'à sa publication.

Nombre de jours: 3

Prix / Groupe: 18.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.500,00 DHS HT

■ De l'édition de pages à la gestion de sites

Le site web et sa gestion.

L'organisation du travail

■ L'infographie adaptée à Internet

La conception de sites, le design graphique.

Contexte du projet, publics, types de contenus

■ Les problèmes de compatibilité

Structure de documents, HTML, les styles et leur utilisation avec DHTML

■ Les éléments de mise en pages web

L'insertion des éléments

Les liens hypertextes

Le travail sur les tableaux et les images.

Récupération de données tabulaires

■ Gestion du site

Paramétrage. Publication ftp

■ Les outils avancés

Les cadres (frames) et leur mode d'emploi

La gestion des cadres et des liens. Les formulaires (initiation)

DreamWeaver Améliorer un Site Web

Objectifs

Améliorer un site web en utilisant Dreamweaver pour créer des animations et des pages plus attractives

Nombre de jours:2

Prix / Groupe: 12.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.000,00 DHS HT

■ Méthodologie

Le site web, modèle client serveur, organisation du travail

Récupération d'un site existant

■ Charte graphique et navigation

Utilisation des modèles.

Utilisation avancée des: . cadres (frameset, liens et gestion des cadres), calques- .

tableaux, tableaux de mise en forme,-. barres de navigation

Mise en oeuvre des scénarios

■ Animations dans les pages web

Intégration d'effet de survol

Utilisation des comportements, des extensions Macromedia

Insertion de sons, d'animations Flash et de vidéo

■ Interactivité dans les pages web

L'insertion de scripts Javascript et d'applets Java

■ Introduction aux pages web dynamiques

Création de formulaires

■ Mise en page des pages web dynamiques

La création des feuilles de style et leur gestion

L'utilisation des styles et les problèmes de compatibilité

■ Les outils de gestion de sites et bibliothèque

La structure et la gestion du site, la mise à jour

■ Publication, promotion et maintenance du site

INTERNET

DreamWeaver Mettre en Oeuvre XHTML

Objectifs

Générer des pages web compatibles avec XML en séparant les données de la mise en page

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 12.000 ,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.000,00 DHS HT

■ ■ Méthodologie

Rappel sur les feuilles de styles CSS dans Dreamweaver
Rappel sur la gestion d'un site

■ ■ XHTML : les origines

HTML, XHTML, XML. Respect des standards

■ ■ Rédaction correcte et validation

XHTML strict et XHTML standard.
Changement dans le balisage

■ ■ Mise en forme

XHTML et DTD. XHTML et CSS

■ ■ Les règles de compatibilité avec XML

Espaces de noms, éléments et attributs
Les nouveautés avec XHTML

■ ■ XHTML et Dreamweaver

Créer une page XHTML.
Transformer une page HTML en XHTML
Valider le code avec les DTD

■ ■ Développer un site en séparant les données de la mise en page avec Dreamweaver

Utiliser les CSS pour la mise en page.
Les calques, la balise DIV, les blocks

DreamWeaver Sites Dynamiques avec PHP

Objectifs

Créer des applications et des sites web dynamiques sans programmer directement ;

Automatiser la création de pages connectées à des bases de données, à des applications e-commerce....

Nombre de jours:3

Prix / Groupe: 12.000 ,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.000,00 DHS HT

■ ■ Sites web dynamiques et bases de données

Principes des pages dynamiques.
Serveurs web et d'application
Solutions existantes (ASP, PHP, JSP, ColdFusion, XML...)

■ ■ Création de la base de données MySql

Installation et réglages des serveurs (Apache/PHP) et de la connexion à la base
Scripts côté client et serveur.
Paramétrage / gestion du site web
Intégration de scripts Javascript et de comportements
Les cookies, les sessions

■ ■ Réalisation de pages dynamiques

Création de pages et formulaires de recherche.
Jeu d'enregistrements, appel aux comportements de serveur
Création de pages de résultats.
Liaisons avec des pages détaillées
Insertion, modification, suppression d'enregistrements
Requêtes simples et avancées.
Affichage d'images et de textes dynamiques

■ ■ Sécurité

Protection/contrôle d'accès d'une partie de site par login/mot de passe

■ ■ Réalisation d'une application de boutique en ligne (panier électronique/caddie virtuel et prise de commande)

■ ■ Organisation d'une application web

Modularisation d'un site. Analyse de cas. Référencement

INTERNET

FrontPage Créer un Site Web

Objectifs

Savoir réaliser avec Frontpage un site web élaboré "plaquette" ou "catalogue"; créer des maquettes; Alimenter un site existant, voire l'améliorer

Nombre de jours:3

Prix / Groupe: 18.000 ,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.500,00 DHS HT

FrontPage Créer des Pages Dynamiques

Objectifs

Améliorer un site avec des pages plus attractives intégrant animations et scripts; Créer des pages web dynamiques avec connexion à une base de données

Nombre de jours:2

Prix / Groupe: 12.000 ,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.000,00 DHS HT

■ ■ Rappel des connaissances de base nécessaires

A l'édition de pages et à la conception de sites web.
Les différents types de site web
Le modèle client-serveur.
L'organisation du travail

■ ■ Découverte de FrontPage

Présentation de l'interface. Création d'un nouveau site
Réalisation de pages simples.
Rappels sur le HTML et travail sur le code généré
Insertion et mise en forme du texte, insertion d'images, création de liens hypertextes
Les tableaux et la mise en page web
Orthographe, recherche et remplacement de texte
Initiation aux cadres (frames) et pages de cadres (utilisation et gestion)

■ ■ Initiation aux formulaires

■ ■ Utilisation des modèles et assistants

Mise en forme des pages et pages de recherche
Utilisation des outils avancés
Insertion et utilisation du multimédia
L'insertion de composants et de programmes (WebBots, applets Java)

■ ■ Initiation à la gestion de sites et à ses outils

Les thèmes et les assistants de FrontPage
Mise en ligne du travail effectué

■ ■ Site web, modèle client-serveur, organisation du travail

L'intranet et la récupération de l'existant

■ ■ Charte graphique et navigation

Approfondissements sur les cadres,
La mise en page (tableaux, calques), la navigation, l'ergonomie
Retouche d'images / optimisation avec ImageReady.
Création de modèles
Feuilles de style internes et externes.
Compatibilité

■ ■ Animation des pages

Images animées, DHTML, effets de survol, utilisation de modules externes
Autres objets (sons, musique et vidéos)
Insertion de scripts Javascript, programmes, composants ("applets" Java, WebBots)

■ ■ Création de pages web dynamiques avec ASP

Traitement des formulaires et connexion à une base de données
Autres solutions existantes (PHP, JSP, ColdFusion, XML...)
Gestion du site et structuration
Sécurisation.
Publication, promotion et référencement
Serveur web et extensions Frontpage, transfert, tests, maintenance

LANGAGE DE DEVELOPPEMENT

Access Programmation

Objectifs

Optimiser les applications de base de données Access avec la programmation en langage VBA

Nombre de jours: 3

Prix / Groupe: 15.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.500,00 DHS HT

■ ■ Présentation de la programmation

Programmation visuelle.
Programmation événementielle
Environnement de développement VBA

■ ■ Le Langage VBA

Utilisation des variables et des constantes.
Contrôle de l'exécution des programmes
La programmation procédurale

■ ■ Utilisation et création de procédures

■ ■ La programmation objets

Utilisation des événements et des objets. Validation des données

■ ■ Utilisation des outils de débogage

Session de mise au point

■ ■ Traitement des erreurs d'exécution

Ajout de gestionnaires d'erreurs.
Gestionnaire d'erreurs centralisé

■ ■ Utilisation des enregistrements

La librairie d'objets ADODB
Extraction de données
Manipulation de données
Récupération des informations sur la structure de la base

Access Programmation Perfectionnement

Objectifs

Maîtriser les fonctions de programmation avancées d'Access avec VBA

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 10.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.000,00 DHS HT

■ ■ Programmation VBA avancée

Utiliser l'API de Windows.L'OLE
Echanger et partager des informations avec les autres éléments Office (Excel, Word)
La programmation dans les états.
Utilisation de contrôles Active X

■ ■ Protéger une base de données

Protéger du code, les fichiers MDE

■ ■ Eléments d'interface

Créations de menus.
Création de barres d'outils

■ ■ Techniques transactionnelles

L'objet connexion.
Les méthodes BeginTrans, CommitTrans et RollBack
Avantage des méthodes transactionnelles.

■ ■ Access et ODBC

Le protocole ODBC. L'ODBC direct
Attache et import-export de données vers/depuis Access

■ ■ Finalisation de l'application

Analyse de l'application.
Le système de sécurité d'Access
Les outils pour préparer la distribution

LANGAGE DE DEVELOPPEMENT

Visual Basic

Objectifs

Concevoir une application Windows 32 bits complète en utilisant les contrôles standards de Visual Basic (VB)

Nombre de jours: 5

Prix / Groupe: 25.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 7.500,00 DHS HT

■ ■ Introduction à la programmation Visual Basic

Les concepts de la programmation événementielle.
Etude de l'IDE de VB6

■ ■ Principaux éléments du langage

Variables, constantes, types et énumérations.
Les procédures et les fonctions
Les structures de boucle et de contrôle.
Les tableaux et les collections.

■ ■ L'interface utilisateur

Utilisation des contrôles standards de la boîte à outils
Mise en œuvre des formulaires, SDI et MDI
Groupes de contrôles et techniques de validation

■ ■ Gestion des erreurs et débogage

L'objet Err, l'instruction On Error. Stratégies de gestion d'erreurs globales
Les outils de débogage intégrés

■ ■ Introduction à l'accès aux données

Le contrôle de données ADO. Utilisation de l'assistant feuille de données
Description des différentes bibliothèques d'accès aux données

■ ■ Distribution d'une application

Création d'un programme d'installation d'une application à l'aide de l'assistant Package et Deployment

Visual Basic Perfectionnement

Objectifs

Créer des objets réutilisables (DLL, EXE, contrôles) et des architectures Objets efficaces par le biais d'une architecture distribuée

Nombre de jours: 5

Prix / Groupe: 25.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 7.500,00 DHS HT

■ ■ Introduction à la programmation Objet

Les technologies OLE, COM, DCOM, Active X et automation
Les concepts et la terminologie orientée Objet.
Les composants in/out of process

■ ■ Création de classes

Définition des méthodes et propriétés.
Les procédures Property
Les classes événementielles, mot-clé WithEvents
Création de collections fortement typées.
Création d'un modèle Objet
Les classes Private, PublicNotCreatable

■ ■ Les DLL ActiveX

Communication entre objets.
Base de registre et distribution de DLL ActiveX

■ ■ Les composants EXE ActiveX

Projet EXE ActiveX out-of-process, utilisation d'Excel (EXE ActiveX) avec Automation

■ ■ Les contrôles ActiveX

Référencer des contrôles ActiveX, l'objet UserControl, instances création et exécution, mise en œuvre des propriétés, propriétés avancées
Création de pages propriétés

■ ■ Interaction entre Visual Basic et Office (Excel, Word)

Généralités pour l'envoi de données vers Excel et Word. Passerelles vers Visual Basic .NET

PAO / CAO / DAO

Photoshop Initiation

Objectifs

Travailler sur des images en vue de leur insertion dans une mise en page ou sur le web

Nombre de jours: 3

Prix / Groupe: 15.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.500,00 DHS HT

- ■ **Rappels sur les images numériques**
Le pixel, la résolution d'une image ppp
- ■ **Les modes colorimétriques**
Niveaux de gris et couleurs indexées
Synthèse additive RVB et synthèse soustractive CMJN
- ■ **Présentation et personnalisation**
Préférences, unités de règles de repères et de grille
Les options des palettes formes, couleurs, calques, historiques...
Manipulation des outils (loupe, main, baguette magique, lasso...)
- ■ **Traitement numérique, retouche, recadrage, dimension et taille d'une image**
- ■ **Travaux photographiques**
Transformations d'images : symétrie, homothétie, rotation
Effets de transparence et effets de calques
Utilisations des filtres
- ■ **Les différents formats d'enregistrement (PSD, EPS, TIFF, JPG, PDF...)**
Importation et exportation
- ■ **L'impression et la diffusion électronique**

Photoshop Perfectionnement

Objectifs

Maîtriser les fonctions avancées de Photoshop;
Intégrer l'utilisation des principaux outils complémentaires ;
Automatiser et industrialiser

Nombre de jours:3

Prix / Groupe: 15.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.500,00 DHS HT

- ■ **Préférences d'affichage et les options de palette, de la boîte à outils**
- ■ **Retouches avancées**
Techniques de détourage, tracé vectoriel et courbes de Béziérs
Nettoyage d'une image : outils tampons, tampon de motif et doigt
Restauration de photos anciennes.
Mise en valeur d'éléments sur une image
Couche Alpha et mode masque de fusion
Incorporations d'images, fondu et effets de transparence
Trucage de photos : ajouts, suppressions d'éléments ; images surréalistes...
Les différents modes de calque.
Les calques de réglage
- ■ **Photoshop et les autres logiciels**
Logiciels vectoriels
Astuces pour améliorer les mises en page, détourages partiels et effet de calque
- ■ **Le multimédia et Internet**
Création de bouton de navigation 3D, d'ombrages et de bannières
Création de GIF animés
Optimiser la taille des images pour les pages web
Image et animation avec ImageReady
Automatisations de tâches
Traitement d'images par lot
Les scripts.
Création d'une planche de contact

PAO/ CAO / DAO

XPress Initiation

Objectifs

Réaliser des mises en page de documents et des présentations élaborées

Nombre de jours: 3

Prix / Groupe: 15.000 ,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.500,00 DHS HT

■ ■ Description de l'écran

La table de montage
Les palettes d'outils et de contrôle

■ ■ Notions et caractéristiques des blocs objets

Les blocs texte, image et trait. Les différents outils de traçage
Déplacement et suppression de blocs

■ ■ Enrichissements

Le traitement de texte : échelle horizontale, l'approche de lettre.styles, couleur, césures
Les images : solarisation, contraste (TIFF,EPS...)
Les traits : épaisseur, style, fléchage, couleur et les filets

■ ■ Mise en page

L'importation de texte (les différentes options) et d'images
Le chaînage automatique ou manuel.
Les formats de mise en page
Les colonnages et les maquettes.
La justification forcée
L'habillage d'image
La création de couleur (roue chromatique et nuancier Pantone)

■ ■ Gestion de l'impression

Séparation (quadri, pantone)

■ ■ Autres fonctions

Création et personnalisation de bibliothèques et de dictionnaire
L'exportation de fichier au format EPS, PDF et HTML

Xpress Perfectionnement

Objectifs

Acquérir la maîtrise approfondie d'Xpress

Nombre de jours:2

Prix / Groupe: 10.000 ,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.000,00 DHS HT

■ ■ Révisions du niveau initiation

Les blocs
Les colonnes et le chaînage
Les formats de fichier
Questions / réponses

■ ■ Les programmes de césure (C & J)

Optimiser son travail avec les feuilles de styles
Réaliser des tableaux complexes
Le travail avec les lettrines
La bonne gestion des espaces et les faux blancs
Les images scannées et la retouche
Les habillages complexes
Le tracé de Béziérs

■ ■ Création de tables des matières

La création d'index. Les listes.
La construction de livres. Les bibliothèques

■ ■ Liens avec d'autres formats

Les liens DDE, OLE. Import / export de nouveaux formats (web, multimédia)
L'édition et la création de pages Internet/intranet
La création de fichiers Acrobat PDF.
La création de fichiers HTML

PAO / CAO / DAO

AUTOCAD LES BASES

Objectifs

Créer, modifier, gérer un dessin en deux dimensions ;
Imprimer à différentes échelles et formats;
Echanger des documents avec des tiers

Nombre de jours: 4

Prix / Groupe: 20.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 6.000,00 DHS HT

■ ■ Introduction à AutoCAD

Démarrage et utilisation d'AutoCAD
Présentation de l'interface graphique
Les fichiers créés avec AutoCAD
Les modes d'entrée des commandes
La création d'objets simples. L'aide au dessin

■ ■ Les systèmes de coordonnées

Le dessin, la gestion de l'écran
La mise en place d'un dessin, les outils de construction
La gestion des calques et des renseignements

■ ■ Gestion des objets complexes

La création des objets Splines, Multilignes...
Les écritures et le texte : définition des styles et des polices...
La définition et le paramétrage d'un style de cotes, mises à jour et tolérances
Les outils de cotation : linéaires, radiales, automatiques...

■ ■ Autres fonctions

Le hachurage : paramétrage et exploitation
Les blocs et les attributs : création et insertion de blocs, bibliothèques personnalisées, extraction d'attributs

■ ■ La mise en plan

Les espaces objet et papier. Le multi-fenêtrage
Les formats d'échange : importation et exportation des formats
L'édition de plans : l'imprimante, le traceur

AUTOCAD 3D

Objectifs

Maîtriser les fonctions avancées d'AutoCAD;
Apprendre les techniques de modélisation surfacique et volumique 3D

Nombre de jours:3

Prix / Groupe: 15.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 4.500,00 DHS HT

■ ■ Gestion des calques et des renseignements

Définition et utilisation des styles de texte et de cote
Espaces objet et papier. Le multi-fenêtrage

■ ■ Personnalisation d'AutoCAD

Paramétrages des barres d'outils, des couleurs d'affichage et des chemins de fichier

■ ■ Définition et utilisation des attributs de blocs

Création et gestion des blocs
Définition des attributs (étiquette, invite, valeur...)
Point d'insertion et option de texte

■ ■ Contrôle des référence externes

Attacher et détacher des référence externes
Décharger et recharger des référence externes

■ ■ Les systèmes de coordonnées en 3D et le SCU

Affichage et définition du SCU
Sauvegarde et rappel du SCU

■ ■ Création et modification d'objets 3D

Modélisation Surfacique
Modélisation Solide 3D les bases
Edition des solides 3D

■ ■ Utilisation des projections 3D vers 2D

■ ■ Réalisation de rendu photo-réaliste

■ ■ La mise en plan

SECRETARIAT

Communiquer Efficacement par Téléphone

Objectifs

Acquérir les meilleures techniques
et pratiques au téléphone ;
Renforcer son professionnalisme

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 14.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.600,00 DHS HT

■ Les composantes de la communication téléphonique

Les contraintes propres au téléphone
Les exigences de nos clients internes et externes
Tester vos pratiques : bilan personnel des points forts et points d'amélioration

■ La préparation et l'organisation des appels

Installer son poste de travail, connaître les fonctionnalités de son téléphone
Disposer d'outils et d'information pertinentes (prise de message, transmission de message)
Réaliser des messageries accueillantes

■ Les spécificités de la communication téléphonique

Utiliser sa voix, comme vecteur de communication
Maîtriser le langage métier
Adopter une écoute active (savoir écouter et amener son interlocuteur à l'écoute)

■ La structure de ses entretiens

La première impression donnée
Se présenter : comment ?
Utiliser les différents types de question
Pratiquer la reformulation. Apporter une réponse immédiate ou différée
Conclure un entretien
Prendre congé

■ Les situations délicates et conflictuelles

S'adapter aux différents interlocuteurs (bavards, mécontents, conflictuels)
Gérer les multi-situations du quotidien. Savoir filtrer, faire patienter, amener des réponses délicates

Atelier Téléphone: S'Entraîner aux Meilleures Pratiques

Objectifs

Renforcer ses pratiques
téléphoniques en réception et
émission d'appels ;
Se créer des fiches pratiques en
fonction des cas rencontrés

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 14.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.600,00 DHS HT

■ Les situations étudiées

Exemples de situations étudiées au cours de l'atelier en fonction des profils des participants

■ La réception d'appels

Les demandes d'informations
Les mises en attente et transferts d'appels
La prise de message. La gestion des urgences
La gestion des réclamations
Le report de rendez-vous
La demande de devis. La prise de commandes

■ L'émission d'appels

La réservation d'un taxi, d'un hôtel
La réalisation d'un appel interne (transmission d'information, obtention d'un accord)
La prise de rendez-vous. Le report de rendez-vous
La recherche d'informations et d'éléments clients
Les demandes auprès de fournisseurs

■ Pour chaque situation étudiée, le formateur :

. présente la situation.. décrit les dérives qui peuvent survenir
. donne les apports pédagogiques spécifiques au thème abordé
. remet des fiches pratiques reprenant les phrases types à utiliser ou les thèmes à aborder

■ Les mises en situations

Chaque appel est écouté et analysé par le formateur et le groupe
Un comédien externe joue le rôle du client par téléphone à distance
Chaque stagiaire doit réaliser des objectifs précis, par appel

SECRETARIAT

Atelier Téléphone: S'Entraîner aux Situations Difficiles

Objectifs

Acquérir des réflexes dans la gestion de situations difficiles au téléphone pour ne plus être pris au dépourvu ;
Maîtriser les situations difficiles, voire conflictuelles par une communication positive ;
S'entraîner à mettre en œuvre les techniques et comportements adaptés à la gestion de ces situations

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 14.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.600,00 DHS HT

Bien s'Exprimer à l'Oral

Objectifs

Comprendre l'impact d'une bonne expression orale sur son environnement professionnel ;
Améliorer l'expression et la structuration de ses idées pour les mettre en valeur en toutes circonstances

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 14.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.600,00 DHS HT

■ Repérer les situations difficiles au téléphone

La gestion des urgences

La gestion des réclamations clients

La gestion des imprévus. La gestion des demandes dépassant le champ d'activités habituelles

■ Connaître les mécanismes du conflit

Les mécanismes d'urgence : de la simple réclamation au conflit

Les différents degrés de conflits

Les signes avant-coureurs : apprendre à les repérer

■ Adapter son comportement pour éviter l'escalade

Maîtriser ses émotions et prendre du recul

Se placer dans une logique gagnant/gagnant

Communiquer positivement

■ Gérer les personnalités difficiles

Identifier les différents profils

Repérer les motivations et les intérêts de chacun

Savoir ce qu'il faut éviter et comment agir

■ Garder la maîtrise de ses entretiens

Initier le dialogue et adopter une attitude apaisante. Ecouter la demande

Poser les bonnes questions. Construire une réponse

Proposer une solution et la faire accepter

■ Gérer son stress Apprendre à dédramatiser après un appel difficile

Acquérir des techniques de relaxation

■ Comprendre les exigences de l'expression orale

Prendre conscience de ses points forts et faibles. Être intelligible, persuasif et cohérent

Eviter les écueils de la communication.

■ Développer la confiance en soi

Dépasser la crainte d'être jugé. Comprendre que notre expression est attendue

Eviter de se taire par crainte. S'exprimer sans se défendre ni attaquer

S'affirmer en s'exprimant. Oser dire ce que l'on ressent, ce que l'on pense

Savoir répondre. Prendre la parole, la garder et la rendre

■ Travailler sa voix

Parler sur le souffle. Régler le volume de sa voix

Placer sa voix. Réguler le débit de la parole

Améliorer l'élocution. Varier le ton

Assurer la fluidité et la continuité du propos

■ Organiser ses idées en vue de les exprimer oralement

Structurer sa pensée. Verbaliser intérieurement

Intéresser. Informer, expliquer, argumenter. Préparer un support écrit ou visuel

■ Parler pour communiquer

Savoir écouter pour être écouté. Parler en tenant compte des interlocuteurs

Jouer des silences. Savoir improviser.

■ Relier la parole et la communication non verbale

Comprendre les liens entre communication verbale et non-verbale

Harmoniser la parole et la communication non verbale

SECRETARIAT

Etre à l'Aise avec l'Orthographe

Objectifs

Devenir "incollable" en orthographe en jouant au jeu de l'orthographe sur un mode humoristique grâce à la méthode Mémoriso

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 14.000 ,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.600,00 DHS HT

■ ■ Qu'est ce que le "bon" français, le "mauvais" français et le français tout court
Il n'y a pas d'Histoire sans histoires : origine des mots

■ ■ Eviter les casse-tête chinois

Apprenons à connaître le pluriel des noms composés
Accordons le verbe avec son sujet
Ces petits mots qui nous ennuient (tout, même, leur...)
Evitons les fautes d'accent
Sachons repérer un "h" aspiré
Ne nous laissons plus abattre par un dédoublement de consonnes
Quid des traits d'union

■ ■ Assimiler les mécanismes grammaticaux

Sachons une fois pour toutes accorder les participes passés
Ne confondons pas adjectif verbal et participe présent

■ ■ Maîtriser les conjugaisons

Ne confondons plus le futur et le conditionnel
Acquérons une méthode rapide pour mémoriser les verbes irréguliers
Respectons la concordance des temps

■ ■ Devenir incollable

"Jouer" à l'orthographe. Construire son abécédaire

Bien Rédiger ses Courriers

Objectifs

Rédiger rapidement des courriers clairs et précis;
Acquérir ou revoir les techniques et les outils pour organiser leur contenu; trouver le ton juste

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 14.000 ,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.600,00 DHS HT

■ ■ Rédiger efficacement en toutes circonstances

Demander une information, un service
Promouvoir un produit
Inviter à une manifestation
Relancer : rappel de règlement, de cotisation
Répondre à une réclamation justifiée ou non-justifiée
Traiter un dossier complexe
Réclamer, exprimer son mécontentement

■ ■ Structurer et organiser le contenu

Choisir un plan efficace
Construire les paragraphes, l'introduction et la conclusion
Articuler les idées
Utiliser à bon escient les mentions obligatoires : objet, référence, pièces jointes...

■ ■ Trouver le ton juste

Maîtriser les formules pour expliquer, confirmer, convaincre, refuser, s'excuser, remercier
Choisir les formules de politesse appropriées au destinataire, notamment grade et fonction

■ ■ Relire

Vérifier la cohérence du contenu et du style
Contrôler le style, la grammaire, l'orthographe

SECRETARIAT

Ecrire avec Facilité

Objectifs

Lever les freins à l'écriture ; passer des idées à leur organisation et à leur rédaction ;
 Trouver le ton juste et le style adapté
 Savoir se relire

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 14.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.600,00 DHS HT

■ ■ Une situation à analyser

Etablir une relation avec ses lecteurs
 Passer de l'objet à l'objectif

■ ■ Un texte à organiser

Choisir un plan adapté à l'objectif
 Construire en paragraphes
 Utiliser les procédés pour informer, argumenter et faire agir

■ ■ Des idées à mettre en mots

Choisir son registre de langue, la justesse de ton
 Articuler ses idées
 Appliquer les règles de lisibilité syntaxiques et lexicales

■ ■ Un texte à faire voir

Choisir des titres pleins
 Mettre en valeur son texte par la présentation
 Appliquer les règles typographiques

■ ■ Entraînement à la rédaction de textes courts et variés

Mémos. Lettres. Messages électroniques. Notes

Etablir un Bon Relationnel

Objectifs

Connaître les différentes formes de communication ;
 Acquérir des méthodes pour leur bonne utilisation
 Apprendre à gérer la dimension relationnelle de sa fonction

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 14.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.600,00 DHS HT

■ ■ Identifier les composantes d'une communication efficace

L'écoute active
 La reformulation, les questions
 Le langage verbal/non verbal
 Les attitudes et comportements qui facilitent la compréhension du message

■ ■ Lever les freins à une écoute de qualité

Les filtres perceptuels
 Les généralisations
 Les distorsions
 Les minimisations

■ ■ Elucider le poids des mots et du langage

Leur impact sur notre façon de : . voir ou ne pas voir . agir ou ne pas agir
 La différence entre réalité objective (ce qui se passe) et subjective (notre représentation)

■ ■ Savoir dénouer tensions et conflits

Analyser une situation conflictuelle
 Savoir prendre de la distance
 Accepter une critique de façon constructive
 Gérer ses émotions. Décrypter les blocages

SECRETARIAT

Développer Assertivité et Confiance en Soi

Objectifs

Mieux identifier ses forces et faiblesses ;
Faciliter son développement personnel
et professionnel

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 14.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.600,00 DHS HT

■ Analyser sa capacité à communiquer

Identifier ses atouts

Repérer les causes de difficulté à communiquer

Développer 4 axes de réflexion

■ Analyser sa capacité à s'affirmer

Faire un auto-diagnostic

Se positionner sur un histogramme d'attitudes

Se fixer des axes de progrès

■ Développer sa capacité d'affirmation

Oser s'affirmer face à sa hiérarchie, ses collègues, les autres partenaires

S'entraîner à oser exprimer ses sentiments, demandes, propositions...

■ Choisir une stratégie de réussite

Analyser le processus de ses réussites individuelles

Faire émerger les potentialités

Les signes de reconnaissance : s'entraîner à les donner, les recevoir, les demander, les refuser...

■ Les positions de vie

Analyser ses réactions en situation de stress

S'entraîner à une dynamique positive

■ Les messages contraignants

Les identifier. Apprendre à s'en dégager

■ Optimiser le stress

Analyser sa capacité à s'en protéger.

Utiliser le bon stress

■ Prévenir les conflits pour les éviter

Détecter les signes avant coureurs.

Cerner les obstacles à une négociation gagnant/gagnant

Appliquer les six étapes d'une clarification utile

Développer des aptitudes pour prévenir les conflits

S'Exprimer avec Facilité

Objectifs

Comprendre l'impact d'une bonne
expression orale sur son environnement
professionnel ;

Améliorer l'expression et la
structuration de ses idées pour les
mettre en valeur en toutes circonstances

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 14.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.600,00 DHS HT

■ Comprendre les exigences de l'expression orale

Prendre conscience de ses points forts et faibles. Etre intelligible, persuasif et

cohérent. Eviter les écueils de la communication

■ Développer la confiance en soi

Dépasser la crainte d'être jugé.

Comprendre que notre expression est attendue

Eviter de se taire par crainte. S'exprimer sans se défendre ni attaquer.

S'affirmer en s'exprimant

Oser dire ce que l'on ressent, ce que l'on pense.

Savoir répondre.

Prendre la parole, la garder et la rendre

■ Travailler sa voix

Parler sur le souffle. Régler le volume de sa voix

Placer sa voix. Réguler le débit de la parole

Améliorer l'élocution. Varier le ton

Assurer la fluidité et la continuité du propos

■ Organiser ses idées en vue de les exprimer oralement

Structurer sa pensée. Verbaliser intérieurement.

Intéresser. Informer, expliquer, argumenter

Préparer un support écrit ou visuel

■ Parler pour communiquer

Savoir écouter pour être écouté. Parler en tenant compte des interlocuteurs Jouer des

silences. Savoir improviser

■ Relier la parole et la communication non verbale

Comprendre les liens entre communication verbale et non-verbale

SECRETARIAT

Mieux s'Organiser dans ses Missions d'Accueil

Objectifs

Améliorer la qualité de son accueil grâce à une meilleure organisation (personnelle et de son poste de travail) en s'appuyant sur des outils efficaces et des supports d'information pertinents

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 14.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.600,00 DHS HT

■ ■ Comprendre l'importance de l'organisation dans la fonction accueil

Identifier ses missions. Clarifier les exigences et contraintes du poste
Rendre cohérentes organisation et qualité de l'accueil

■ ■ Mieux organiser le lieu d'accueil

Poser un diagnostic sur son environnement d'accueil : . lumière, couleur, mobilier, décoration. ergonomie du poste de travail.

Confidentialité. cohérence avec les attentes des visiteurs

Bâtir un plan d'amélioration. Savoir l'argumenter et le mettre en œuvre

■ ■ S'informer et développer son réseau interne

Comprendre et analyser les documents existants.

Aller chercher l'information. Savoir qui fait quoi avec précision.

Se créer des outils adaptés

■ ■ Outiller la fonction accueil et téléphone

Répertorier les numéros de téléphone utiles

Créer une base d'information en réponse aux "FAQ" (questions les plus fréquemment posées)

Créer des procédures claires pour pallier ses absences

Créer les supports adaptés pour : . traiter courrier et fax . gérer les demandes de coursiers. tenir les plannings des salles

■ ■ Transmettre et diffuser un message fiable

Choisir le bon média de communication.

Poser les bonnes questions.

Sélectionner les informations pertinentes

Créer les outils adaptés à la prise de message

Gérer Tensions et Conflits en Situation d'Accueil

Objectifs

Acquérir les comportements adaptés à une situation d'accueil conflictuelle en face à face ;

Savoir désamorcer les tensions ;
Connaître les actions préventives à mettre en place

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 14.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.600,00 DHS HT

■ ■ Gérer les conflits

Mieux se connaître pour mieux se maîtriser en cas de conflit

Mettre en place des actions préventives

Modifier son comportement face à l'agressivité

■ ■ Développer sa capacité à faire face

Ce qui nous fait agir et réagir

Changer son regard sur des situations déstabilisantes

L'utiliser en énergie créative.

Agrandir sa zone de confort

■ ■ Adopter une attitude physique et verbale rassurante

Décoder les premières perceptions non verbales et verbales.

Donner des signes de reconnaissance.

Lever les barrières de la communication.

Repérer les clignotants et les feux rouges

Jouer sur l'intonation et le rythme de la voix.

S'adapter au langage de l'autre.

Distinguer l'affectif du factuel

■ ■ Maîtriser les composantes de l'échange

Transformer la pression en action.

Relativiser et transformer l'évènement

Trouver la solution appropriée.

Mettre en œuvre les moyens nécessaires

Amener son interlocuteur à se responsabiliser

■ ■ S'adapter pour mieux gérer la situation

Du mécontent à l'agresseur : de la souplesse à la fermeté.

Gérer une situation d'urgence

Comprendre les liens entre communication verbale et non-verbale

LOGISTIQUE

Gestion des stocks

Objectifs

Optimiser la gestion des stocks afin de réduire les coûts tout en minimisant les risques de tomber en rupture;

Traiter les stocks excédentaires ou désuets afin de libérer de l'espace d'entreposage;

Évaluer la performance de votre entreprise en matière de gestion des stocks

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 14.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.600,00 DHS HT

Introduction

Type de stock

Danger et avantage du stock

Les approvisionnements et les achats

- La valorisation d'un stock.

- La méthode PUMP.

- La méthode FIFO.

- Quand et combien commander ?

- La gestion sur seuil : quantité fixe à date variable.

La quantité économique d'approvisionnement.

- La formule de Wilson.

La gestion par révision périodique : quantité variable à dates fixes.

Les coûts

- Le calcul du coût de passation : le coût

- Le calcul du coût de possession : le taux

e stock de protection

- Le suivi de stock au quotidien.

Ce que coûte un retard de livraison.

- L'établissement d'une fiche de stock.

- L'enregistrement des flux.

La valeur du capital immobilisé et les ratios

- Le niveau de point de commande. de la gestion financière

- Stock mini et stock maxi. • Calcul d'un stock moyen.

- Le taux de rotation du stock.

Les différents stocks. • Les paramètres de la gestion des stocks.

L'implantation et l'analyse ABC.

Les frais de stockage.

Approche du coût d'une commande.

Maitriser les approvisionnements

Objectifs

Comprendre les techniques de base.

être capable d'exploiter le calcul de besoin net. Maîtriser la relation quotidienne avec le fournisseur.

Contribuer à la constitution du bon stock de sécurité. Travailler avec son aval, fabrication, distribution et acheteur.

Savoir interpréter une convention logistique.

Être efficace dans son suivi fournisseur

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 14.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.600,00 DHS HT

Sensibiliser l'approvisionneur à sa mission orientée vers le client

Comprendre l'utilité du juste stock et de son coût

Les raisons d'avoir du stock.

La chaîne d'approvisionnement

Les principes fondamentaux de la gestion des stocks

Les stratégies d'entreposage

La distribution et le transport

Système d'approvisionnement au besoin (Kanban)

Gestion et contrôle des stocks

Juste à temps (JIT)

Systèmes informatiques

Politique de réapprovisionnement

Méthodes d'approvisionnement

Stock Moyen

Méthode de réapprovisionnement fixe

Méthode de reapprovisionnement

Méthode du point de commande

Méthode de la quantité économique : formule de Wilson

La quantité économique

Le coût minimum

compte de résultat d'exploitation

Méthode du calcul des besoins MRP

Comment maîtriser réellement les approvisionnements?

Les avantages et inconvénients des Stocks ?

Le tableau de bord de l'approvisionneur

LOGISTIQUE

Gestion des magasins et techniques d'inventaires

Objectifs

Connaître les techniques de la gestion des stocks et leur importance dans l'entreprise ainsi que les techniques d'inventaires

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 14.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.600,00 DHS HT

Introduction à la gestion des flux logistique
 les magasins et la dimension
 Les tâches physiques et administratives au magasin
 Gestion des emplacements
 Qu'est - ce que l'inventaire ?
 Les types d'inventaire permanent - tournant- de fin d'année
 Le comptage contradictoire
 Les outils du comptage moderne
 Analyse des inventaires
 valorisation des stocks
 Valorisation au prix unitaire moyen PMP
 Méthode FIFO
 Méthode LIFO
 Contrôle à la réception : -quantitative qualitative
 Le magasinier et la qualité (l'hygiène)
 La traçabilité
 Gestion des articles et nomenclature
 la gestion des articles ?
 Qu'est-ce qu'une nomenclature ? de bord d'un chef magasinier
 La sécurité au magasin
 les coûts de stockage
 les moyens de stockages illustrations

Introduction aux Achats - approvisionnements

Objectifs

Apprécier le rôle de la fonction achat dans l'entreprise et différencier entre l'achat et l'approvisionnement

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 14.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.600,00 DHS HT

La fonction achat dans l'entreprise
 Importance et positionnement
 Le marketing-achat et la stratégie achat
 Typologie achat
 Consultation des fournisseurs et sélection
 Evaluation et homologation des fournisseurs
 Le processus d'achat
 Définition du besoin
 La négociation
 Cahier des charges et son suivi
 Les fondamentaux des Approvisionnements
 La gestion économique des stocks

LOGISTIQUE

La rédaction des cahiers de charges achats

Objectifs

Maîtriser la rédaction des cahiers des charges et comprendre les relations avec les fournisseurs

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 14.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.600,00 DHS HT

L'acheteur

Notion de besoin

Type de Relation client fournisseur

Type de cahier des charge

L'analyse fonctionnelle

Les composants standards d'un cahier des charges

Le juridique dans les cahiers des charges

Les relations internationales

La rédaction des cahiers de charge fonctionnelle CDCF

La rédaction des cahiers technique

Méthodologies

Applications et études de cas

Ateliers de travail

Stockage et aire d'entreposage

Objectifs

Maîtriser les techniques
Utilisées dans le stockage et maîtrises des
aires de stockages

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 14.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.600,00 DHS HT

Les stocks

Types de stocks

Avantage et inconvénient du stock

Le cout du stockage

outils de stockage

Nomenclature

codification

nouvelle technologie et stockage /Système information Système code à barres

Classification

Calcul du besoin

Implantation Rangement Picking & Facing

Palettisation Emballage

Gestion des quais

Conditionnement et emballage

La qualité en magasins : l'hygiène

Techniques de stockage

Stockage des charges légères

Rayonnage standard

Stockage de charges mi-lourd et lourdes

Manutention Chariots. Palettes

ACHAT

La mesure des performances fournisseurs Evaluation et sélection des fournisseurs

Objectifs

Connaître et maîtriser les techniques de sélection et d'évaluation fournisseur
Savoir choisir les critères d'évaluation
Organiser une visite d'audit fournisseur

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 14.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.600,00 DHS HT

Le processus achat
Relations client-fournisseur
Le prix dans l'achat

- Prix et différents types de coûts
- Prix et marché
- Prix et coût d'achat et formule de révision

 La consultation et le dépouillement des offres
L'appel d'offres, le dépouillement des offres
Etablir un cahier des charges et un appel d'offres
Le cahier des charges fonctionnel et technique
La négociation des termes de l'accord
Les techniques de visite chez le fournisseur

- Préparation de sa visite
- Questionnaire de visite
- Guide d'entretien
- Visite et démarche qualité
- Savoir tirer parti de ses visites chez le fournisseur

 Evaluation et sélection des fournisseurs

- Certification et la procédure évaluation fournisseur
- Critères d'évaluation d'un fournisseur
- Présélectionner ses fournisseurs
- Méthode d'évaluation et de sélection
- Comparaison des offres par la méthode de pondération et d'analyse multicritère Méthode graphique d'analyse des performances d'un fournisseur
- Utilisation des résultats d'évaluation fournisseur
- Suivi et historique
- Exercice pratique de comparaison

AUDIT ACHAT

Objectifs

Maîtriser la démarche d'audit achat en tant que processus
Comprendre le comportement de l'audit et maîtriser son comportement en tant qu'audité

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 14.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.600,00 DHS HT

L'audit ?
Le référentiel
L'ISO 9000
la fonction achats

- Rôle et mission de l'acheteur
- Manuel des achats

Audit de la présélection des fournisseurs

- Outils de recherche de nouveaux fournisseurs
- Critères de sélection
- Le prix
- Qualité technique des produits
- Santé financière du fournisseur
- Climat social
- Localisation géographique

Audit de la procédure d'achat

- Définition des responsabilités
- Demande initiale
- Achats directs
- Demande d'achats

Le processus achat

- Les composants
- La cartographie
- Les composants

Audit selon différente norme ISO IFS
 ■■ **AUDIT par indicateurs**

- Le comportement de l'auditeur
- Le comportement de l'audité

ACHAT

Rôle de l'acheteur dans la supply chain

Objectifs

Définir le rôle de l'acheteur au sein de la Supply Chain

Développer des facteurs clés de succès du Supply Chain Management

Mettre en place la Supply Chain comme dans son fonctionnement quotidien

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 14.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.600,00 DHS HT

Tableaux de bord des achats

Objectifs

Comprendre, créer, utiliser les indicateurs et les tableaux de bords et les maîtriser dans le pilotage du service achat

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 14.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.600,00 DHS HT

L'acheteur et la supply chain : état de l'art

Modélisations des différents flux

Les raisons du développement du supply chain management

- Evolution de la demande des consommateurs.
- La globalisation des marchés
- la flexibilité comme priorité
- L'explosion des nouvelles technologies

Les facteurs clés de succès de la supply chain

- Le système d'information
- La structure d'organisation et la gestion du changement
- Le management des compétences
- Le système de mesure des performances.
- Impact de la supply chain sur les missions de l'acheteur

La séparation effective des achats et des approvisionnements

Les conséquences de la Supply Chain sur les achats

La Supply Chain et l'avenir

- Professionnalisation des acheteurs au sein de la supply chain
- L'évolution de la relation fournisseur
 - i. Renforcement du partenariat
 - ii. Le développement de la sous-traitance dans les entreprises
 - iii. L'évolution du nombre de fournisseurs et les critères de sélection
 - iv. Les objectifs partagés par les entreprises et les fournisseurs
 - v. Qualité
 - vi. Plans d'améliorations
 - vii. L'instauration de relations longues durées
 - viii. Les règles de fonctionnement dues à la Supply Chain
 1. Les échanges d'informations acheteurs fournisseurs
 2. Les prévisions transmises aux fournisseurs
 3. Les informations demandées aux fournisseurs

Place des achats

- Place des achats dans l'entreprise (chiffre d'affaires)

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

Les indicateurs

- pourquoi les indicateurs
- qu'est ce qu'un indicateurs
- Définir les indicateurs de performance judicieux
- Déterminer les cibles, les secteurs et les objectifs du tableau de bord
- Satisfaire les attentes des clients internes
- Mesurer la qualité des prestataires extérieurs
- les ratios pertinents au niveau économique, technique, en terme de

processus et de résultats

Le tableau de bords

- pourquoi le tableau de bords
- Définir les étapes de mise en place du 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 pilotage
- Décider des axes d'amélioration
- Communiquer sur les résultats du service Achats

Cas pratique : création d'un tableau de bord

ACHAT

Négociation achat

Objectifs

Pratiquer de la négociation : éléments théoriques et applications à la situation d'achat.

Connaître et maîtriser les différentes tactiques opératoires de négociation en achat.

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 14.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.600,00 DHS HT

Introduction. Schéma de communication
 Pourquoi la négociation Quand est il approprié de négocier
 Situations conflictuelles Les 8 positions de conflit
 Pour démarrer la négociation
 Les coûts et conséquences La zone d'intérêt commun
 Les 6 étapes en négociation
 Position de la Négociation dans le Cycle de Vente
 Les rôles
 La feuille de préparation
 Recadrer les objectifs,
 Echanger des informations,
 Posez des questions
 Soyez constructif
 Questionner et écouter
 Expliquer et informer
 Les attitudes en négociation
 Proposition
 Indices et stratégies Les 4 marches
 Force de la proposition Proposition
 Les facteurs qui influencent...
 La porte ouverte Finaliser
 Accord Quand, qui, comment, où...
 Gestion de la négociation
 Erreurs les plus fréquentes

Maîtriser le processus achats

Objectifs

Comprendre le processus achat et améliorer le partenariat avec les fournisseurs,

Maîtriser la communication dans la négociation.

Contrôler l'acte d'achat, de l'expression du besoin jusqu'à la satisfaction de ce besoin.

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 14.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.600,00 DHS HT

LE SERVICE ACHATS
 Missions et compétences
 Les projets d'achats : méthodes et principes
 L'évolution actuelle de la fonction
 Fiche de fonction
 L'acheteur, force de proposition
 Savoir recenser les besoins
 Préserver l'image de marque de l'entreprise
TYPOLOGIE ACHAT
 Sourcing
 E-procurement
 Achat stratégique
 Externalisation
 Sous traitance
 Centrale d'achats-synergie groupe
LES RELATIONS AVEC LES FOURNISSEURS
 Prospector et sélectionner les fournisseurs
 Evaluer leurs performances
 Communiquer avec les fournisseurs
 Entretien d'achat
 La négociation « gagnant - gagnant »
 Conclure un accord satisfaisant de réel partenariat
LE CONTRAT D'ACHAT,
 Le contrat d'achat
 Les cahiers des charges
 L'environnement juridique et les clauses
LA GESTION DES STOCKS
 La gestion des commandes et des stocks
 Analyser les coûts : commandes, approvisionnements, stocks
 La gestion économique des stocks
 L'analyse ABC des stocks
La QUALITE ET LES ACHATS
 Exigence iso 9001

QUALITE ET AUDIT INTERNE QUALITE

Sensibilisation à la qualité

Objectifs

Comprendre et adhérer au système de management de la qualité
 Connaître les différentes exigences et certificats

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 14.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.600,00 DHS HT

Historique
 Définition
 Pourquoi la qualité Problématique de la qualité
 La qualité souhaitée
 Normes et Standards Qualité
 Le cout de la qualité
 Enjeu commercial
 Enjeux technologique et culturel
 Enjeu pour la direction
 Enjeu organisationnel
 Enjeu économique
 Politique qualité et système qualité
 Maîtrise de la Qualité
 Les référentiels
 Le certificat ISO 9000. Le certificat IFS
 Le certificat iso 14 000. Le certificat iso 22 000
 La démarche qualité
 Cycle de Deming
 Etude de cas d'un produit

Audit interne selon la norme iso 19011

Objectifs

Maîtriser le processus d'audit interne
 Comprendre le déroulement d'un audit
 Mise en application sur le terrain

Nombre de jours: 2

Prix / Groupe: 14.000,00 DHS HT

Prix / Personne: 3.600,00 DHS HT

Pour quoi l'audit
 Le référentiel
 L'audit interne
 Ligne directive de la norme iso 19011
 Objectif d'un system qualité
 Objectif d'un system d'audit
 La norme iso 9000 et l'audit
 La non-conformité
 L'observation Le jugement Type d'audit
 Le questionnaire de l'audit (model)
 Aspect fondamentaux d'un système d'audit
 Le rôle de l'auditeur
 Le comportement de l'auditeur
 La communication
 La responsabilité de l'auditeur
 L'équipe audit
 Phases d'audit
 Préparation –Exécution – Rapport - Suivi
 Cas pratique 1 : préparation d'un audit (planification...questionnaire)
 Cas pratique 2 : réalisation d'un audit terrain

LA LISTE DE NOS REFERENCES

A.B.N. AMRO BANK
ACTION INFORMATIQUE
AIR France
BAYER
BOURCHANIN
BOTTU
BRIOR
C.D.G.
C.M.G
C.M.H.
C.M.K.D.
C.T.T. MINES
CAMPENON BERNARD GSE
CAROLINE CONFECTION
CHIMPRINT
COMITRAM
COPER AND LYBRAND
COBOMI
CREDOR
COSUMAR
CADBURYMOROCCO
D.H.L. AVIATION
DIAC EQUIPEMENT
DYAR AL MADINA
ES DATA
GROUPE BRASSERIES DU MAROC
GROUPE ONA
GROUPE TRIADE
HAMELLE MAROC
INTRAL
JOHNSON DIVERSEY
JET ALU MAROC
K.L.M.
K.T.I.
KINGGENERATION
L.G.M.C.
L'ECONOMISTE
LAVIE ECONOMIQUE
LONGOMETAL INDUSTRIE
LORILLEUX MAROC
MOBIL OIL MAROC
N.B.R.
ONTS
PAPELERA DE TETUAN
PASTOR
PETROM
PRIMARIOS
REMINEX
S.M.E.S.I.
S.M.I.
S.N.R. MAROC
SAFILAT
SAPAK KOUTOUBIA
SAGA MAROC
SALAFIN
SCBG CocaCola
SCBG N
SCBG S
SERVICE MATERIEL DE LA D.E.E.S.R.
SEVAM
SIGMATEL
SMAEX
SOMEPI
SOTHEMA
SOFRAMAR
THOMSON MICROSONIC
TRAVAUX PUBLICS
TREMOLEDE
WAFI COM
WAFI IMMOBILIER
UNAP
SIMETA
CADBURY MOROCCO
ESITH