





Nos expertises fonctionnelles

Stratégie, Management
Organisation, Audit
Efficacité opérationnelle, Performance
Finance
Marketing
Business Technologie
Droit des Affaires / Fiscalité
Formation

Nos expertises sectorielles

Agro-Industrie
Administration publique
Banques/Microfinances
Mines, Pétrole, Energie
TIC
Tourisme
Transport
Environnement

pour plus amples informations. Allez sur notre site :

www.supremecompagny.com

SUPREME Compagny est un bureau d'étude et de formation se consacre aux conseils, à la formation professionnelle et à l'appui aux organismes publics et privés en Côte d'Ivoire. Nous sommes membre de plusieurs organisations professionnelles dont la Chambre de Commerce et des Industries de Côte d'Ivoire (CCI-CI). Nous disposons aussi de plusieurs habilitations telles que celle du Fonds de développement de la Formation Professionnelle (FDFP), du Conseil Café Cacao pour la formation professionnelle des travailleurs des entreprises et des autres organisations.

Notre compétence s'appuie sur l'expertise de professionnels et sur une pluri-disciplinarité en Management, Finance, Comptabilité, Droit des affaires et la fiscalité. Celle-ci nous permet une approche intégrée des problèmes à traiter, à la fois une bonne expertise dans les secteurs d'activité divers. Enfin, cette compétence technique nous amène à proposer et de délivrer des formations professionnelles, adaptées et sur mesure.

NOS PÔLES DE FORMATION

Les formations sont subdivisées en 4 pôles principaux qui sont :

- Bureautique
- Management - Marketing – Stratégie – GRH
- Comptabilité – Gestion – Finance
- Droit des affaires/Fiscalité
- Gestion des projets
- Sustainable Development (Développement Durable)

SÉMINAIRES

● BUREAUTIQUE

- B1 PILOTER VOTRE PROJET AVEC MS PROJECT 2013
- B2 RÉALISER DES TABLEAUX DE BORD AVEC EXCEL 2013
- B3 BUSINESS INTELLIGENCE SIMPLE EFFICACE AVEC EXCEL 2013 ET POWER BI, POWER VIEW, POWER QUERY, POWER MAP
- B4 MAÎTRISER LES TABLEAUX ET GRAPHIQUES CROISÉS DYNAMIQUE AVEC EXCEL 2013
- B5 COMMUNIQUER, S'ORGANISER ET PARTAGER DES INFORMATIONS EFFICACEMENT AVEC OUTLOOK 2013
- B6 EXCEL 2013 - CALCULS ET FONCTIONNALITÉS AVANCÉES
- B7 EXCEL 2010 ET POWERPIVOT : LES OUTILS DU DÉCISIONNEL
- B8 POWERPOINT 2013 - NIVEAU 1 & 2
- B9 MAÎTRISER L'ESSENTIEL DE WORD, EXCEL ET POWERPOINT 2013
- B10 GAGNER DU TEMPS ET S'ORGANISER AVEC OUTLOOK 2013
- B11 TRAITER ET ANALYSER DE GROS VOLUMES DE DONNÉES AVEC EXCEL 2013

● MANAGEMENT - MARKETING - STRATEGIE - GRH

- M1 MANAGEMENT ET LEADERSHIP
- M2 RÉUSSIR SA RELATION CLIENT
- M3 PRISE DE PAROLE EN PUBLIC : LES TECHNIQUES POUR CONVAINCRE
- M4 MOBILISER SON ÉQUIPE PAR SON LEADERSHIP
- M5 CONDUITE DE RÉUNION EN ENTREPRISE : PRÉPARER, PILOTER ET ANIMER
- M6 NÉGOCIATION : SAVOIR NÉGOCIER ET CONVAINCRE
- M7 OBTENIR DES RENDEZ-VOUS PAR TÉLÉPHONE
- M8 OPTIMISER LA RELATION CLIENT PAR TÉLÉPHONE
- M9 MANAGEMENT PAR OBJECTIF
- M10 MANAGEMENT D'ÉQUIPE
- M11 DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE CONCURRENTIELLE EFFICACE
- M12 DU PLAN STRATÉGIQUE AU PLAN D'ACTION
- M13 STRATÉGIE OCÉAN BLEU
- M14 BÂTIR VOTRE PLAN MARKETING
- M15 RÉUSSIR SON MARKETING DE L'INNOVATION
- M16 STRATÉGIE MARKETING
- M17 RÉUSSIR SES ACTIONS DE BENCHMARKING

SÉMINAIRES

- M18 VEILLE MARKETING ET CONCURRENTIELLE
- M19 LES KPI DE L'ACTIVITÉ MARKETING
- M20 MAÎTRISER LES TECHNIQUES DU MARKETING B TO B
- M21 ÉVALUER L'EFFICACITÉ DE VOS ACTIONS DE COMMUNICATION
- M22 PRISE EN MAIN D'UN SERVICE ACHAT
- M23 TECHNIQUE DE NÉGOCIATION D'ACHAT
- M24 TABLEAUX BORD ET BILAN SOCIAL
- M25 MENEZ EFFICACEMENT VOS ENTRETIENS D'ÉVALUATION
- M26 LA GESTION DES COMPÉTENCES : PILOTER ET METTRE EN ŒUVRE UNE GPEC
- M27 FRAUDE ET RISQUE MANAGEMENT
- M28 AUDIT ET CONTRÔLE INTERNE
- M29 CONTRÔLE DE GESTION

● COMPTABILITE – GESTION - FINANCE

- C1 MISE EN PLACE D'UN SYSTÈME DE CONTRÔLE DE GESTION
- C2 ORGANISER ET FIABILISER LA CLÔTURE DES COMPTES
- C3 ÉTABLIR LES ÉTATS FINANCIERS EN NORMES IFRS
- C4 IMPACTS DES NORMES IFRS POUR LE CONTRÔLE DE GESTION
- C5 PRÉPARER, DÉFENDRE ET SUIVRE SON BUDGET
- C6 ANALYSE FINANCIÈRE DES COMPTES CONSOLIDÉS ET NORMES IFRS
- C7 ELABORER UN REPORTING DE GESTION EFFICACE
- C8 OPTIMISER LA GESTION DE TRÉSORERIE
- C9 SYSCOA RÉVISÉ : ETUDE DES POINTS PARTICULIERS
- C10 COST KILLING : ACCROÎTRE SA RENTABILITE PAR UNE REDUCTION DES COUTS EFFICACE

● DROIT DES AFFAIRES / FISCALITE

- D1 PRÉSENTATION ET COMMENTAIRE DU NOUVEL ACTE UNIFORME RELATIF AU DROIT DES SOCIÉTÉS COMMERCIALES ET DU GROUPEMENT D'INTÉRÊT ÉCONOMIQUE
- D2 CHANGEMENT AU NIVEAU NATIONAL QUI ACCOMPAGNE LA RÉFORME DE L'ACTE UNIFORME SUR LE DROIT DES SOCIÉTÉS COMMERCIALES DU GIE
- D3 LES BASES DU DROIT DU CONTRAT COMMERCIAL
- D4 DROIT DES SOCIÉTÉS POUR CADRES NON-JURISTES
- D5 ÉTABLIR UN CONTRAT DE PARTENARIAT PUBLIC PRIVÉ
- D6 DROIT DES AFFAIRES/FISCALITÉ
- D7 FISCALITÉ POUR MANAGERS NON FISCALISTES

SÉMINAIRES

● GESTION DES PROJETS

- G1 OUTILS DE PLANIFICATION OPÉRATIONNELLE ET SUIVI D'EXÉCUTION DES PROGRAMMES ET PROJETS
- G2 MANAGEMENT DU CHANGEMENT ET LEADERSHIP
- G3 PROSPECTIVE, PLANIFICATION, PROGRAMMATION, BUDGÉTISATION ET SUIVI-ÉVALUATION (CHAÎNE PPPBSE)
- G4 COMMUNICATION GOUVERNEMENTALE : NOUVEAUX ENJEUX POUR LA PERFORMANCE DE L'ADMINISTRATION
- G6 SUIVI-ÉVALUATION DES PROJETS ET PROGRAMMES PUBLICS
- G7 COORDINATION DE PROJETS & PROGRAMMES : PLANIFICATION, EXÉCUTION ET CONTRÔLE
- G8 TECHNIQUES D'ELABORATION D'APPELS D'OFFRES ET DES TERMES DE RÉFÉRENCES.
- G9 MANAGEMENT POUR LES ASSISTANTES ET SECRÉTAIRE DE LA HAUTE ADMINISTRATION (DG, DIR CAB, DAAF, MINISTRES)
- G10 GESTION DES PARTENARIATS PUBLIC-PRIVÉ : CONCEPTION, MISE EN ŒUVRE ET SUIVI D'EXÉCUTION D'UN PROJET EN PPP
- G11 AUDIT DE PROJET ET PROGRAMME
- G12 LA MAITRISE DES LOGICIELS DE GESTION DES PROJETS

● SUSTAINABLE DEVELOPMENT (DEVELOPPEMENT DURABLE)

- S1 EVALUATION D'IMPACTS DE PROJETS& PROGRAMMES DE DÉVELOPPEMENT AVEC STATA
- S2 DÉVELOPPEMENT DURABLE ET CHANGEMENTS CLIMATIQUES
- S3 IMPACT ENVIRONNEMENTAL ET GESTION DE PROJETS
- S4 INTÉGRATION DU GENRE DANS LA GESTION DES PROJETS ET PROGRAMMES DE DÉVELOPPEMENT
- S5 ETUDE D'IMPACT ENVIRONNEMENTAL
- S6 EVALUATION D'IMPACT ENVIRONNEMENTAL
- S7 AUDIT RSE
- S8 EVALUATION ET IMPLÉMENTATION POLITIQUE RSE

BUREAUTIQUE



Objectif de la formation

- Disposer d'une méthodologie précise de planification et de suivi de projet
- Savoir utiliser Project pour planifier un projet et en suivre l'avancement
- Connaître les meilleures pratiques pour optimiser la gestion d'un projet et le temps consacré à son suivi grâce à Project 2013
- Comprendre comment mettre en œuvre la gestion Multi projets dans Project 2013

Programme

Présentation

- Rappel sur quelques notions de méthodologie de projet
- Présentation du logiciel
- Présentation de la nouvelle interface 2013
- Importer des données externes vers Excel

Construction d'un planning prévisionnel

- Initialisation d'un projet
- Création, modification et utilisation des calendriers
- Définition des dates de début ou de fin
- Tracer les séquences de tâches
- Saisie et structuration des tâches : définition des durées, définition des liens, des contraintes
- Surligner les liaisons entre tâches
- Les Prédécesseurs pilotant
- Les Successeurs entraînés
- Les tâches récapitulatives
- Les tâches répétitives
- Définition du chemin critique
- Afficher le chemin critique d'une séquence de tâches
- Paramétrages du GANTT. Insérer / Masquer des colonnes

Enregistrement de la planification initiale

- Ensemble du projet
- Par phase de projet
- Planification intermédiaire

Les affichages.

- Utilisation des tâches
- Utilisation des ressources
- Graphe des ressources
- Personnalisation
- Création des affichages
- Utilisation des affichages simples ou combinés

Suivi de projet par la durée

- Déroulement réel
- « Avancer » un projet
- Faire le suivi
- Créer des dates de contraintes
- Créer des échéances
- Comparaison avec le planning initial
- Les courbes d'avancement
- Utilisation des diagrammes pour le suivi

- Reporter une tâche
- Fractionner une tâche
- Afficher les marges totales

Les tables

- Changer de table
- Modifier une table
- Les colonnes « indicateurs »
- Les colonnes « textes »
- Formules de calculs

Mise en forme du diagramme

- Echelle de temps
- Mise en forme des barres
- Styles des barres
- Le quadrillage

Gestion des données

- Trier un planning
- Filtrer un planning
- Regrouper des données

Impressions du planning, des calendriers

- Mise en page, en-tête/pied de page, légende
- Combiner affichage, table et impression
- Imprimer des rapports Project standards
- Imprimer des rapports graphiques
- Imprimer un rapport d'avancement

Gestion des ressources

- Créations, paramétrage des ressources
- Calendriers des ressources
- Affectation des ressources
- Gestion du coût des ressources
- Partager des ressources communes à plusieurs projets
- Le planificateur d'équipe

Les coûts

- Affectation des coûts fixes
- Etude et analyse des coûts

Le Multi projets

- Créer un fichier de consolidations de projets
- Insérer un nouveau projet
- Lier des projets

Imports/Exports

- Exporter vers Excel via le mappage
- Exporter vers Excel via les rapports

Objectif de la formation

- Savoir combiner approche méthodologique et maîtrise du tableur Excel pour concevoir et réaliser les tableaux de bord nécessaires au pilotage d'une activité

Programme

Approche méthodologique

- Différencier tableaux de bord et tableaux d'activité
- Situer le tableau de bord dans une démarche de progrès
- Démarche et étapes de mise en œuvre

Analyse préalable

- Identifier les axes de progrès
- Identifier les axes de mesure
- Fixer les objectifs
- Identifier les indicateurs pertinents

De l'analyse à la restitution

- Identifier les sources d'information
- Valider la fiabilité de l'information
- Organiser le transfert vers Excel 2013

Mettre en œuvre les tableaux de bord avec Excel 2013

- Exploiter les fonctionnalités d'Excel pour réaliser ses tableaux de bord

Synthèse des données

- Importer des données
- Lier des données
- Utiliser les fonctions de synthèse

Présentation

- Mettre les valeurs en exergue
- Créer des graphiques spécifiques
- Créer une vue synthétique des indicateurs clés (KPI)

Interactivité de la consultation

- Mettre en place des liens entre les niveaux de synthèse et vers d'autres documents

Objectif de la formation

Depuis sa version 2013, Excel est devenu un outil complet pour la gestion de données. Il intègre une approche décisionnelle et permet de produire des tableaux de bord au rendu professionnel. Quatre compléments à Excel 2013 s'enchainent pour réaliser toutes les opérations nécessaires : Power Query, PowerPivot, Power View et Power Map.

Programme

Importer les données grâce à Power Query

- Importer des données depuis un fichier (txt, csv, xls...), un dossier ou un site Web.
- Combiner des tableaux par fusion ou ajout.
- Transformer les données : supprimer des lignes, des colonnes, fractionner, défaire un tableau croisé dynamique.
- Générer automatiquement une table de dates (calendrier universel).
- Copier une requête en langage «M» dans l'éditeur avancé.

Construire le cube décisionnel avec PowerPivot

- Ajouter des tables de données :
- Importer directement de Power Query.
- Sélectionner des colonnes et filtrer des lignes lors de l'import.
- Modifier les propriétés de connexion et actualiser les données.
- Ajouter des colonnes calculées en langage DAX.
- Créer le modèle relationnel :
- Afficher la vue diagramme de PowerPivot.
- Construire une relation «un à plusieurs» entre deux tables.
- Définir des hiérarchies et des champs calculés à l'aide du DAX.
- Ajouter une nouvelle mesure et Découvrir la bibliothèque de fonctions DAX.
- Ajouter un indicateur clé de performance (KPI).

Organiser le tableau de bord avec Power View et Power Map

- Insérer une feuille Power View et Ajouter des éléments visuels : table, graphique ou carte.
- Définir des filtres de valeur avec les segments.
- Ajouter un segment chronologique et Insérer une image de fond.
- Réaliser une cartographie 3D avec Power Map.
- Enregistrer une vidéo d'animation des cartes Power Map.

Partager le tableau de bord

- Déposer les fichiers sur un site SharePoint ou Office 365.
- Actualiser les connexions aux sources de données.
- Partager des données sources et des requêtes au travers de Power Query.

MAITRISER LES TABLEAUX ET GRAPHIQUES CROISES DYNAMIQUE AVEC EXCEL 2013

Objectif de la formation

- Gérer les données sources d'un tableau croisé dynamique.
- Organiser et compléter les données pour mieux les exploiter.
- Construire et mettre en forme des tableaux croisés dynamiques.
- Ajouter des graphiques croisés dynamiques.
- Acquérir une méthode pour concevoir et réussir un graphique.
- Maîtriser sa réalisation sous Excel 2013.
- Construire des graphiques élaborés.

Programme

Remanier, compléter des données pour mieux les exploiter

- Ajouter des colonnes de formules pour affiner l'analyse.
- Fonctions de recherche
- Filtrer pour conserver les données utiles.
- Extraire partiellement les données d'une colonne.
- Mise en forme et impression des grandes listes

Construire un tableau croisé dynamique

- Mettre en place un tableau croisé dynamique à une, deux ou trois dimensions.
- Modifier le calcul de synthèse : moyenne, minimum...
- Afficher les résultats sous forme de pourcentages.
- Regrouper les lignes ou les colonnes en fonction de tranches ou périodes prédéfinies.
- Ajouter des champs calculés, des éléments calculés.
- Appliquer un filtre de rapport et dispatcher le résultat sur plusieurs feuilles de calcul.
- Faire référence à une cellule d'un tableau croisé dynamique pour l'exploiter dans une formule.
- Trucs et astuces pour faciliter la construction d'un tableau croisé dynamique.

Mettre en forme un tableau croisé dynamique

- Modifier la disposition du tableau croisé dynamique.
- Afficher, masquer des informations.
- Définir le format des nombres.
- Appliquer une mise en forme conditionnelle.
- Utiliser un style prédéfini, créer un style personnalisé.

Ajouter un graphique croisé dynamique

- Créer et mettre en forme un graphique.
- Appliquer un filtre à un graphique.
- Les limites des graphiques croisés dynamiques.

Gérer les données sources d'un tableau croisé dynamique

- Importer un fichier texte (txt, csv...).
- Sélectionner des données avec MS-Query.

COMMUNIQUER, S'ORGANISER ET PARTAGER DES INFORMATIONS EFFICACEMENT AVEC OUTLOOK 2013

Objectif de la formation

- Optimiser la gestion de ses mails.
- Savoir communiquer efficacement grâce à sa messagerie.
- Gérer ses contacts, son agenda, ses tâches.

Programme

L'interface de travail

- Écran, menus et barres d'outils ou ruban
- Navigation dans l'interface
- Le volet Organiser

Le courrier

- Créer et envoyer un message
- Mise en forme du message et options (AR, priorités et importance, vote et suivi)
- Pièces jointes (taille, sécurité)
- Les différentes possibilités de réponse à un message
- Effectuer le suivi des messages
- Organiser les messages (répertoires, règles de courrier)
- L'archivage du courrier
- Gérer les signatures

Les contacts

- Gérer ses contacts
- Gérer les listes de distribution
- Gérer le carnet d'adresses

Le calendrier

- Modes d'affichage du Calendrier
- Gérer les éléments du calendrier (créer, imprimer, supprimer...)
- Ajouter/supprimer des participants/des ressources à une réunion
- Répondre à l'invitation à une réunion
- Agendas partagés

Les tâches

- Gérer les tâches (créer, supprimer...)
- Gérer l'avancement des tâches personnelles (création, suivi...)
- Gérer l'avancement des tâches assignées (création, suivi...)

Les notes

- Création de notes
- Gestion et personnalisation des notes
- Liaisons notes - courriers - tâches

Objectif de la formation

- Préparer, organiser et contrôler les données pour en faciliter l'analyse.
- Exploiter le potentiel d'Excel 2013 pour automatiser et fiabiliser les calculs : formules complexes et imbriquées, calculs matriciels.
- Automatiser la présentation des tableaux pour gagner du temps.
- Exploiter les outils de prévision et de simulation.

Programme

Préparer, organiser et contrôler les données

- Organiser les données pour en faciliter l'analyse.
- Importer et consolider des données à l'aide du complément PowerQuery.
- Mettre les données sous forme de tableau.
- Extraire des données sur critères.
- Contrôler la saisie en spécifiant des critères de validation.
- Utiliser des formules comme critères de validation.

Optimiser, automatiser et fiabiliser les calculs : formules complexes et imbriquées, calculs matriciels

- Combiner les fonctions de recherche : RECHERCHEV, INDEX, EQUIV, DECALER, INDIRECT.
- Utiliser des fonctions statistiques : SOMMEPROD, NB.SI.ENS, MOYENNE.SI.ENS,
- Appliquer des fonctions de conversion pour comparer des données : TEXTE, SUBSTITUE, ...
- Manipuler des dates et des heures : DATEDIF, TEMPS, JOURSEM, MOIS.DECALER, ...
- Automatiser des plannings intégrant automatiquement les week-end et jours fériés.
- Utiliser des fonctions matricielles : FREQUENCE, TRANSPOSE.
- Construire ses propres formules matricielles.

Automatiser la présentation des tableaux

- Exploiter toute la puissance de la mise en forme conditionnelle.
- Intégrer des formules dans la mise en forme conditionnelle.
- Créer des formats personnalisés.
- Enregistrer et exécuter un traitement par macro.

Faire des simulations, établir des prévisions

- Valeur cible - Solveur.
- Définir des tables d'hypothèses à 1 ou 2 entrées.

Objectif de la formation

- Mettre en place une approche décisionnelle dans Excel 2010.
- Mettre en relation et manipuler un volume important de données issues de sources hétérogènes, grâce aux apports de PowerPivot, plug-in gratuit d'Excel 2010.
- Exploiter les fonctionnalités avancées de PowerPivot et de son langage DAX.
- Calculer des indicateurs et maintenir un tableau de bord dans Excel 2010.

Programme

Préparer, organiser et contrôler les données

- Organiser les données pour en faciliter l'analyse.
- Importer et consolider des données à l'aide du complément PowerQuery.
- Mettre les données sous forme de tableau.
- Extraire des données sur critères.
- Contrôler la saisie en spécifiant des critères de validation.
- Utiliser des formules comme critères de validation.

Optimiser, automatiser et fiabiliser les calculs : formules complexes et imbriquées, calculs matriciels

- Combiner les fonctions de recherche : RECHERCHEV, INDEX, EQUIV, DECALER, INDIRECT.
- Utiliser des fonctions statistiques : SOMMEPROD, NB.SI.ENS, MOYENNE.SI.ENS,
- Appliquer des fonctions de conversion pour comparer des données : TEXTE, SUBSTITUE, ...
- Manipuler des dates et des heures : DATEDIF, TEMPS, JOURSEM, MOIS.DECALER, ...
- Automatiser des plannings intégrant automatiquement les week-end et jours fériés.
- Utiliser des fonctions matricielles : FREQUENCE, TRANSPOSE.
- Construire ses propres formules matricielles.

Automatiser la présentation des tableaux

- Exploiter toute la puissance de la mise en forme conditionnelle.
- Intégrer des formules dans la mise en forme conditionnelle.
- Créer des formats personnalisés.
- Enregistrer et exécuter un traitement par macro.

Faire des simulations, établir des prévisions

- Valeur cible - Solveur.
- Définir des tables d'hypothèses à 1 ou 2 entrées.

Objectif de la formation

- Construire avec méthode et rapidité, dans PowerPoint 2013, une présentation intégrant du texte et des illustrations (images, schémas, tableaux, graphiques).
- Définir ou ajuster la ligne graphique pour uniformiser la mise en page des diapositives.
- Mettre au point le diaporama et les documents associés.
- Gagner en efficacité.
- Créer rapidement des présentations élaborées en intégrant des objets multimédias ou des schémas imbriqués.
- Utiliser judicieusement l'interactivité et les animations pour renforcer l'impact de ses présentations.

Programme

Niveau 1

Concevoir une présentation

- Identifier les points clés d'une présentation réussie.
- Procéder avec méthode : 5 étapes.
- Se poser les bonnes questions.
- Mettre au point son plan.

Définir la ligne graphique

- Utiliser les thèmes pour apporter une cohérence visuelle.
- Modifier les couleurs, les polices et les effets du thème.
- Exploiter les masques pour personnaliser la ligne graphique.
- Insérer un logo ou un objet graphique dans toutes les diapositives.
- Modifier les puces, l'alignement ou l'interligne du texte sur l'ensemble des diapositives.
- Appliquer un style d'arrière-plan.
- Gérer en-têtes et pieds de page.

Organiser ses diapositives

- Exploiter le mode trieuse de diapositives.
- Supprimer, déplacer, dupliquer ou masquer des diapositives.

Enrichir le contenu de chaque diapositive

- Choisir une disposition adaptée au contenu de la diapositive.
- Insérer une photo et la personnaliser.
- Construire un tableau.
- Tracer un graphique.
- Élaborer des schémas ou des organigrammes SmartArt.
- Insérer un tableau ou graphique Excel.
- Ajouter un texte décoratif WordArt.
- Positionner, aligner et répartir les différents objets.
- Dissocier, grouper, fusionner des objets.

Mettre au point le diaporama et le projeter

- Appliquer des effets de transition sur une ou plusieurs diapositives.
- Animer le texte, les objets.

B1

- Exécuter le diaporama avec aisance : naviguer entre les diapositives, zoomer sur un point clé, afficher un pointeur laser, faire une pause ...
- Exploiter le mode présentateur.

Créer la documentation associée

- Saisir des commentaires.
- Imprimer différents supports.
- Éditer au format pdf.

Niveau 2

Soigner et harmoniser l'apparence de vos présentations

- Créer un thème personnalisé : jeu de couleurs, polices et effets.
- Modifier le texte et les objets du masque des diapositives.
- Exploiter plusieurs masques.
- Ajouter une ou plusieurs dispositions personnalisées à un masque.
- Organiser des sections.
- Créer des modèles.

Illustrer vos présentations : images et multimédia

- Exploiter des photos numériques : travailler le cadrage, la luminosité, les couleurs, les effets 3D.
- Identifier les contraintes liées aux différents formats.
- Capturer une couleur avec la pipette.
- Insérer et paramétrer des objets multimédias : vidéos ou sons.
- Générer un album photos.

Réaliser rapidement des schémas imbriqués

- Insérer un diagramme SmartArt pour illustrer un processus, une organisation.
- Convertir du texte en diagramme.
- Utiliser des formes connectées pour construire des organigrammes élaborés.
- Créer un objet graphique personnalisé et l'enregistrer comme image.
- Trucs et astuces pour gagner en efficacité.

Concevoir une présentation interactive

- Définir une navigation personnalisée et un sommaire dynamique.
- Créer des boutons d'action, des liens hypertextes.
- Concevoir une borne interactive.
- Lier plusieurs présentations.

Animer vos présentations

- Optimiser transitions et animations.
- Définir des effets d'apparition, d'emphasis ou de disparition.
- Déplacer un objet sur une trajectoire.
- Déclencher une animation par un clic sur un objet.
- Créer plusieurs diaporamas à partir d'un seul.

Communiquer, partager une présentation

- Créer une vidéo et un package de présentation.
- Partager une présentation en ligne.

Objectif de la formation

- Maîtriser les fonctionnalités incontournables de Word, Excel et PowerPoint 2013.
- Gagner du temps grâce à une utilisation rationnelle de Word, Excel et PowerPoint 2013.

Programme

Maîtriser l'essentiel de Word 2013

- Présenter un document : alignements, retraits, tabulations.
- Automatiser la gestion des mises en forme répétitives : les styles.
- Mettre en page un document structuré : styles hiérarchiques, numérotation automatique, sommaire.
- Gérer les sauts de page, les en-têtes et pieds de page.
- Intégrer des images, des graphiques, des tableaux.
- Maîtriser le positionnement des différents objets.
- Exploiter des contenus réutilisables : les blocs QuickPart.

Maîtriser l'essentiel d'Excel 2013

- Mettre en place des formules de calcul et maîtriser leur recopie.
- Identifier et utiliser les fonctions les plus utiles parmi les nombreuses fonctions Excel.
- Lier et consolider des données entre plusieurs feuilles.
- Créer des alertes visuelles grâce à la mise en forme conditionnelle.
- Contrôler la saisie grâce à la validation des données.
- Mettre en place une liste de données.
- Exploiter les fonctions «Mettre sous forme de tableau» et «Remplissage automatique».
- Analyser les données : tris, filtres, segments, tableaux croisés dynamiques.
- Insérer des graphiques pour illustrer les chiffres.

Maîtriser l'essentiel de PowerPoint 2013

- Appliquer ou définir une ligne graphique : thèmes et masques.
- Insérer et modifier des images, des schémas.
- Importer un tableau ou un graphique Excel.
- Appliquer des effets d'animation pour dynamiser le diaporama.
- Concevoir la documentation associée.

Objectif de la formation

- Adapter Outlook 2013 à son activité pour gagner du temps et mieux s'organiser.
- Optimiser la gestion de ses mails.
- Maîtriser l'envoi et la réception des pièces jointes.
- Gérer ses contacts, son agenda, ses tâches.
- Partager des ressources collectives.

Programme

Personnaliser Outlook 2013 pour l'adapter à son activité

- Paramétrer les options d'Outlook pour gagner du temps.
- Accéder directement à l'essentiel : personnaliser le ruban, les affichages, les favoris, l'ordre des dossiers.
- Adapter Outlook à son activité : définir des champs, des catégories, des indicateurs.

Traiter un volume important de mails, organiser le classement et l'archivage

- Purger sa boîte de réception en s'appuyant sur la méthode CAP.
- Exploiter les indicateurs de suivi, les conversations et outils de recherche.
- Créer des fichiers de données (pst) pour désengorger sa boîte à lettres.
- Créer des règles pour filtrer et classer automatiquement ses mails.
- Enregistrer des actions rapides pour les manipulations les plus courantes : transfert, classement, modèles, ...
- Collecter rapidement une information : les boutons de vote.
- Gérer ses mails pendant son absence.
- Filtrer le courrier indésirable (Spam) et Paramétrer l'archivage automatique.

Maîtriser la gestion de pièces jointes et les liens

- Compresser pour optimiser (zip).
- Protéger ses fichiers (format pdf) et Adresser des liens hypertextes.

Gérer son carnet d'adresses

- Créer ses propres contacts et listes de distribution.
- Regrouper ses contacts par catégorie et Échanger des cartes de visite.
- Importer et exporter des contacts.
- Opérer un publipostage.

Planifier, organiser et prioriser ses activités

- Créer des rendez-vous ou événements ponctuels, planifier les éléments périodiques.
- Attribuer des couleurs pour visualiser et prioriser ses activités.
- Organiser ses tâches par contexte ou nature d'activité.
- Définir des échéances et mettre en place des rappels..
- Créer des «pense-bêtes» : les notes.

Organiser le travail collaboratif

- Partager des agendas, des contacts.
- Définir les autorisations d'accès et Organiser des réunions.
- Déléguer et suivre des tâches.

Optimiser la mise en forme de sa présentation en utilisant les masques

- Modifier le masque des diapositives
- Créer, renommer ou supprimer un masque des diapositives
- Conserver ou non un masque
- Insérer une nouvelle disposition de diapositive
- Intégrer des espaces réservés dans une disposition

Créer des organigrammes et des diagrammes

- Insérer les différents collaborateurs
- Modifier la mise en forme de l'organigramme (créer un organigramme avec des images incorporées)
- Animer un organigramme

B11 TRAITER ET ANALYSER DE GROS VOLUMES DE DONNEES AVEC EXCEL 2013

Objectif de la formation

Synthétiser et analyser des fichiers longs en générant des tableaux et graphiques croisés dynamiques simples et complexes répondant à vos attentes.

Programme

Importation et préparation des données

- Importer des informations à partir de sources diverses
- Préparer vos données pour utiliser des éléments conformes

Techniques de travail sur des grands ensembles de données

- Trier les informations
- Filtrer les données

Réalisez des calculs sur vos ensembles de données

- Effectuer vos premières synthèses
- Maîtriser les fonctions de calcul importantes
- Gérer les problèmes complexes grâce au calcul matriciel
- Consolider les données issues de plusieurs feuilles

Les tableaux et graphiques croisés dynamiques

- Les tableaux croisés dynamiques
- Mettre en forme le tableau croisé
- Les tableaux croisés dynamiques recommandés
- Graphiques croisés dynamiques

Tableaux de bord et indicateurs

- Conception du premier tableau de bord
- Tableau de bord relatif aux chiffres d'affaires

MANAGEMENT MARKETING STRATEGIE GRH

Objectif de la formation

- Définir sa vision et donner du sens à ses objectifs
- Savoir fédérer autour de sa vision
- Développer sa capacité de conviction
- Identifier ses talents personnels et les utiliser au bon moment

Programme

Création d'une vision personnelle de leadership

- Le leadership, facteur essentiel de la performance
- Etude des compétences clés en leadership
- Évaluation individuelle de ses compétences en leadership et réflexion sur ses forces et point de vigilance
- Exploration des caractéristiques des leaders performants
- Analyse de ses stratégies de réussite afin de créer de nouvelles habitudes

Leadership situationnel

- Adapter son style au degré de motivation et compétences du collaborateur
- Diriger, persuader, participer, déléguer

Transformer sa vision en projets opérationnels réussis

- Transformer sa vision en projet.
- Être stratège dans la mise en œuvre de sa vision.
- Analyser et évaluer les opportunités du contexte.
- Piloter son projet avec efficacité et succès.
- S'appuyer sur les ressources existantes et optimiser la mise en œuvre avec les parties prenantes.

Savoir guider son équipe : accompagner le changement

- Comprendre le processus du changement pour l'accompagner en dynamique
- Mobiliser les énergies : donner à voir les opportunités
- Créer de la cohésion : valoriser les différences et cultiver les compétences
- Accepter l'échec et garder motivation, optimisme et enthousiasme
- Atelier «Réagir face au changement» :
- identifier les résistances au changement et les déjouer

La gestion des conflits

- Développer des réponses adaptées à différents types de conflits
- Développer la négociation coopérative

Objectif de la formation

- Comprendre le mécanisme de la satisfaction du client.
- Identifier les pratiques et qualités qui fidélisent les clients.
- Développer une qualité de contact qui fait la différence.
- Développer une écoute active et empathique.
- Gagner en capacité d'influence.
- Susciter la confiance du client.

Programme

Pourquoi fidéliser ?

Pourquoi un client est-il fidèle à un fournisseur ?

- Un client satisfait n'est pas forcément un client fidèle.
- Les attentes fondamentales d'un client dans ses relations avec son fournisseur
- Qui est le client ?
- Une bonne relation peut-elle influencer la qualité perçue par le client ?

Vendre... durablement !

- Vendre plus et développer la confiance ne sont-ils antinomiques ?
- Gagner la confiance d'un prospect qui ne vous connaît pas
- Les pratiques commerciales pour développer la confiance d'un client
- Repenser son métier pour vendre mieux et plus

Développer la confiance des clients au quotidien

- Comment développer la confiance de son client en phrase de production ?
- Comment faire si la communication avec son interlocuteur est difficile ?

Transformer un problème en évènement positif

- Informer le client des difficultés rencontrées sans attendre
- Reconnaissez vos erreurs, errare humanum est
- Maîtriser ses émotions en toute circonstance

Obstacle à la construction d'une relation de confiance

- Le client est de plus en plus focaliser sur le prix !
- Nous avons un monopole, il est inutile de consacrer trop de temps au client !
- Une trop grande transparence ferait partir les clients à la concurrence !
- On est jugé sur nos résultats économiques, pas sur le niveau satisfaction du client !
- Pourquoi chercher à fidéliser : quand un client prend part, on en récupère un de la concurrence !

Être un bon client pour obtenir plus de ses fournisseurs !

- Comment un client peut-il influencer positivement la relation avec un fournisseur ?
- Les limites des méthodes d'achat traditionnelles
- Comment développer une approche fondée sur des relations durables avec les fournisseurs ?

Comment maintenir la qualité de de la relation dans le temps ?

Objectif de la formation

S'approprier les principes de l'argumentation pour convaincre un interlocuteur ou un auditoire

Programme

L'intérêt de convaincre

- Distinction entre convaincre et persuader
- État d'esprit nécessaire pour convaincre : enthousiasme et maîtrise de son argumentation

Utiliser les techniques de raisonnement et de persuasion

- Les techniques ou procédés de raisonnement : induction, explication, déduction, analogie, métaphore, dilemme, paradoxe, ...
- Les techniques ou procédés de persuasion : effet miroir, accumulation des oui, vente d'avantages, appel aux émotions, argument d'autorité, ...

Analyser et répondre à l'objection

- Repérer l'implicite dans les argumentations : pré-suppositions, sous-entendus
- Les procédés de réfutation et de réponse aux objections : directe, contournement, contre-attaque, compromis, ...
- Repérer et éliminer les arguments fallacieux : faux syllogisme, équivoque, fausse alternative, preuve non valide, causalité abusive, ...

Construire son argumentation

- Analyser la situation et définir l'objectif
- Construire un plan d'argumentation
- Choisir la stratégie la plus adaptée au sujet et à l'auditoire

Objectif de la formation

- Construire sa vision de l'entreprise.
- Faire partager sa vision avec charisme auprès de l'encadrement et de l'ensemble des équipes.
- Élargir son influence et sa capacité de conviction grâce à des pratiques et des comportements mobilisateurs.

Programme

Mobiliser sans lien hiérarchique : le rôle du chef de projet leader

- Bien appréhender ce que sont un projet et un leader
- Différencier leader vs manager
- Endosser le rôle du chef de projet leader
- Gérer tous les acteurs avec une forte implication
- Mener chaque phase du projet avec efficacité
- Assurer la performance pérenne des membres de son équipe

Susciter l'adhésion et créer une relation de confiance

- Donner.. Du sens et une vision globale au projet
- Fixer les règles du jeu et le cadre des relations du travail
- Générer complicité, enthousiasme et confiance
- Mettre en place une relation de coopération dans son équipe
- Pratiquer la stratégie du leadership tridimensionnel

Adopter une posture de leader

- Communiquer avec assertivité
- Motiver les autres
- Pratiquer l'écoute active
- Accroître son charisme
- Identifier les différents styles d'influence
- Favoriser l'approche fonctionnelle ou le leadership orienté vers l'objectif

Faire face à la pression

- Savoir gérer et traiter les situations complexes de façon constructive
- Désamorcer et résoudre les conflits

Animez vos réunions de manière percutante

- Exprimez votre énergie et votre présence
- Travaillez votre voix : exprimez-vous avec ferveur et enthousiasme
- Travaillez votre regard

Objectif de la formation

Cette formation permettra aux participants de :

- Préparer pour ne pas se laisser déborder
- Clarifier l'objectif pour ne pas se perdre
- Construire les messages pour ne pas être confus
- Soigner l'introduction, le plan, la conclusion pour savoir où aller
- Structurer pour tenir les délais promis
- Favoriser et maîtriser les échanges

Programme

Conduire une réunion c'est préparer : répondre aux questions les questions clés

- Une réunion pour quoi ? Avec qui ? Quand ? Comment ?
- La check-list pour préparer : ne rien oublier
- Clarifier l'objectif réel et concret de la réunion : informer ?
- Faire le point ? Décider ?
- Trouver des solutions ? Se former ?

Conduire une réunion c'est structurer les messages : se faire comprendre

- Construire les messages en fonction des publics, du contexte, du sujet
- Définir un message central, des messages supports
- Créer des phrases résumantes, bâtir des exemples
- Créer une introduction : efficace pour cadrer la réunion, pertinente pour développer les messages
- Choisir un plan : les techniques de répétition des messages centraux
- Construire une conclusion redondante : synthétiser les travaux en appuyant sur les messages essentiels

Animer une réunion : de l'accueil à la conclusion, contrôler les échanges avec tact, fluidité et fermeté

- Lancer la réunion : partir du bon pied
- Accueillir, fixer un cadre de temps, fixer des règles du jeu
- Délivrer le message : augmenter l'impact, capter l'attention avec les éléments fondamentaux de la communication orale
- Donner la parole avec aisance, la reprendre avec tact, la distribuer avec fluidité
- Mettre en mouvement, faire travailler

Pendant la réunion : Écouter et prendre en compte les questions, les oppositions

- L'écoute active, laisser la parole
- Interroger, faire préciser pour mieux répondre ou ne pas répondre
- Savoir terminer : conclure dans les temps et efficacement
- Réaliser une synthèse de la réunion à mesure qu'elle se déroule
- S'assurer que tout le monde a saisi les messages
- Rappeler les points essentiels
- Lever la séance

Objectif de la formation

- Se positionner dans une relation «gagnant-gagnant» lors de ses échanges avec ses partenaires, ses collaborateurs, ses équipes, sa hiérarchie
- Argumenter et défendre ses projets et ses idées

Programme

Ecouter et reformuler

- L'écoute active
- Développer un nouveau comportement
- Cerner les objectifs de votre interlocuteur
- Anticiper les objections

Argumenter

- Développer un discours percutant
- Choisir les mots justes
- Définir un cadre

Négocier

- Adapter son discours
- Positionner l'écoute
- Développer les réflexes de la répartie
- Approche positive, éthique et intégrité

Convaincre

- Choisir et élaborer sa stratégie d'argumentation
- Comprendre et identifier les typologies d'interlocuteurs
- Adapter les caractéristiques et l'argumentation
- Préparer ses entretiens et ses argumentaires

Maîtriser les techniques de communication et d'argumentation

- La communication : l'art et la manière
- Les différents arguments : les choisir, les évaluer
- Utiliser les effets de persuasion

Être en relation

- Les notions essentielles de communication interpersonnelle pour être en relation positive
- Conserver la relation et éviter les conflits à l'aide des outils de communication

Objectif de la formation

- Construire son argumentaire de prospection,
- Maîtriser les étapes de la prise de rendez-vous et de la relance téléphonique,
- Développer ses compétences par la pratique.

Programme

Identifier le potentiel accessible

- Choisir les cibles à potentiel
- Mettre au point un scoring de segmentation
- Qualifier les cibles à prospecter

Préparer la prospection

- Bâtir un argumentaire de prospection convaincant
- Fixer les objectifs et les indicateurs de réussite
- Définir les actions prioritaires
- Maîtriser les spécificités de la communication au téléphone

Mener la prise de rendez vous

- Capter l'attention du prospect
- susciter l'intérêt du prospect avec une accroche efficace
- Donner envie d'en savoir plus
- Engager vers la prise du rendez vous
- Garder la porte ouverte et relancer habilement

Franchir avec succès les « écueils » de la prise de rendez vous

- Passer le barrage de la secrétaire
- rebondir sur les objections
- Gagner en ténacité malgré les refus et l'agressivité

Objectif de la formation

- Optimiser la prise en charge des appels clients,
- Renforcer son aisance et se sortir habilement des situations délicates.

Programme

Développer une démarche qualité

- Identifier les attentes clients.
- Analyser les enjeux de la relation client.
- Les spécificités de la relation téléphonique.
- Développer une démarche de résolution de problèmes.
- Appliquer les règles d'or de la gestion d'appel entrant : comprendre, rassurer, agir.

Appliquer au quotidien la relation client

- Maîtriser les étapes de l'entretien téléphonique :
- Accueillir,- Identifier la demande,
- La prendre en charge,
- Valider la compréhension et la satisfaction,
- Conclure.
- Gérer les situations « délicates » au téléphone :
- Faire accepter des délais de réponse,
- « Vendre » un refus partiel ou total,
- Accepter d'être critiqué...

Objectif de la formation

- Comprendre les enjeux d'un management par objectifs.
- Décliner les objectifs par services, projet et individu.
- Fédérer son équipe autour d'objectifs communs.
- Communiquer efficacement autour des objectifs.

Programme

LE MANAGEMENT PAR OBJECTIF

- PLACE DES OBJECTIFS DANS LA STRATÉGIE DE L'ENTREPRISE
 - o La stratégie d'entreprise.
 - o Distinguer les objectifs stratégiques et les objectifs opérationnels.
 - o Le cycle de vie des objectifs, par projet, par fonction et par unité de travail.
 - o Le management par objectifs et ses incidences.
 - o Les impacts d'un management par objectif réussi.
- FIXER ET NÉGOCIER UN OBJECTIF
 - o Comment formuler un objectif ?
 - o Utiliser l'objectif comme outil.
 - o Les éléments négociables de l'objectif.
 - o La préparation et la conduite de la négociation.
- CONSTRUIRE DES OBJECTIFS «SMART»
 - o Activité applicable-jeu pédagogique.
 - o Objectifs et entretiens

L'ADHÉSION DES ÉQUIPES

- LES PRINCIPES DE BASE DU MANAGEMENT PAR OBJECTIFS
 - o Définir l'utilité des objectifs dans le management.
 - o Déterminer une politique cohérente entre objectifs individuels et collectifs.
 - o Donner un sens à l'action.
 - o Les vecteurs du succès : Savoir-Vouloir-Pouvoir.
 - o S'inscrire dans une démarche de progrès continu.
- LA COMMUNICATION AU SERVICE DU MANAGEMENT
 - o Les outils de la communication.
 - o Le phénomène de prisme.
 - o Les inférences ou interprétations.
 - o Les processus de reformulation et de validation.

L'ACCOMPAGNEMENT

- ÉVALUER L'ATTEINTE DE L'OBJECTIF
 - o Le recueil des faits.
 - o L'analyse des performances et des écarts.
 - o La formulation du diagnostic.
 - o La définition des actions correctives.
- LES INCIDENCES DU MANAGEMENT PAR OBJECTIF DANS LA PRATIQUE DE L'ENCADREMENT
 - o Les procédures et les outils de suivi.
 - o La culture de l'écrit.
 - o L'entretien de négociation et d'évaluation des objectifs.

- CAPITALISER SUR SES PRATIQUES MANAGÉRIALES
 - o Dégager les bonnes pratiques.
 - o Repérer les erreurs à éviter.
 - o Les aléas de parcours.

L'ENTRETIEN DANS LE CADRE DU MANAGEMENT PAR OBJECTIFS

- L'ENTRETIEN
 - o Le rôle des entretiens dans le cadre du management par objectifs.
 - o Les différents types d'entretiens (rôle et structure)
- DÉTERMINATION DES OBJECTIFS
 - o Comment fixer des objectifs ? Précautions à prendre.
 - o Fixer des objectifs en fonction du type d'entretien.
 - o Fixer des objectifs cohérents avec la stratégie de l'organisation et les comportements attendus.
 - o Entraînement à la rédaction d'objectifs mesurable et résolument tournés vers l'action, à partir d'outils simples tels que le SMART.
- LA CONDUITE DE L'ENTRETIEN
 - o Préparer et mener l'entretien annuel.
 - o L'accueil spécifique.
 - o L'adhésion sur le plan d'action.
 - o Le suivi nécessaire.
 - o Les situations difficiles.

Objectif de la formation

- Définir les règles de fonctionnement et fixer des objectifs pertinents.
- Mobiliser les énergies individuelles des membres de l'équipe.
- Adapter son management à chaque situation.
- Organiser la délégation pour renforcer l'autonomie au sein de l'équipe.
- Faire face aux situations difficiles et gérer les conflits.

Programme

Définir les objectifs et clarifier les règles du jeu communes pour orienter l'action de l'équipe

- Expérimenter un travail d'équipe en groupe.
- Identifier les critères de performance d'une équipe.
- Fédérer les énergies vers un objectif commun.
- Formuler des objectifs efficaces.
- Clarifier les rôles dans l'équipe.
- Adapter son management à l'objectif et aux caractéristiques de l'équipe.
- Concilier résultat et satisfaction des membres de l'équipe.
- Définir un cadre de travail commun en formalisant des règles du jeu.
- Formuler des règles du jeu efficaces.

Susciter la motivation individuelle des membres de l'équipe

- Pratiquer un management du succès.
- Agir sur les leviers de motivation pertinents.
- Comment les collaborateurs se motivent-ils ?
- Traiter les problèmes de démotivation qui risquent d'affecter la performance de l'équipe.

Pratiquer des délégations responsabilisantes

- Structurer sa démarche de délégation.
- Les 4 étapes d'une délégation réussie.
- Mettre en adéquation son mode de délégation avec les caractéristiques du collaborateur.
- Structurer un entretien de délégation.
- Assurer le suivi en cours de délégation.
- Évaluer la réussite de la délégation.

Développer des comportements de management efficaces

- Prendre conscience de ses styles de management préférentiels.
- Identifier ses points forts et ses points d'amélioration.
- Définir un plan d'amélioration.
- Les principes du management contextuel.
- Adapter son style au contexte et aux situations.
- Développer l'autonomie de ses collaborateurs.

Traiter les erreurs et gérer les situations délicates

- Distinguer erreur et faute.
- Choisir le mode d'intervention en fonction de la situation.
- Traiter les erreurs dans une dynamique de progrès.
- Confronter un collaborateur sans le démotiver.

Objectif de la formation

- Anticiper et gérer les menaces.
- Conquérir de nouvelles positions de marché.
- Bâtir des alliances.
- Organiser la grille économique

Programme

Maîtriser les fondements théoriques de la stratégie concurrentielle

- Les principes, les piliers, le processus et les principales étapes clés
- Définitions et liens entre politique, stratégie et tactique

Définir une stratégie concurrentielle à l'image du dirigeant

- La stratégie du challenger:
 - o trouver sa place auprès des leaders
 - o entrer sur un marché déjà occupé par des acteurs légitimes sans se faire refouler
- La stratégie du leader :
 - o imposer sa volonté aux challengers
 - o limiter la portée des attaques des nouveaux venus
 - o connaître les moyens de rétorsion d'un acteur puissant

Mettre en œuvre sa stratégie

- Les différents types de marchés selon les concepts stratégiques
- Perception des produits par les clients
- Définir les besoins clients
- Choisir des fournisseurs adaptés
- Etablir sa légitimité
- Identifier, créer et exploiter les situations propices à la victoire sur les concurrents
- Choisir l'affrontement ou le statu quo

Objectif de la formation

- Déterminer les actions opérationnelles en phase avec sa stratégie d'entreprise
- Concevoir et planifier la mise en œuvre de sa stratégie
- Identifier les différents maillons de la chaîne opérationnelle
- Fixer les indicateurs de performance

Programme

Politique, Stratégie et Tactique

Les voies stratégiques possibles

- La croissance organique
- La croissance interne
- La croissance externe par acquisition
- La croissance externe par alliance
- Le développement durable

Le choix de la stratégie

- Baser le choix stratégique sur :
 - o une offre nouvelle
 - o une innovation
 - o un avantage concurrentiel de la différenciation
 - o un avantage concurrentiel par le prix et le coût

De la conception à l'action

- S'approprier la chaîne de valeur de M. Porter :
- analyser l'ensemble des étapes déterminant la capacité de l'entreprise à obtenir un avantage concurrentiel
- Définir le plan d'actions associé en fonction des axes stratégiques retenus : commercial, achat, R&D, industriel, RSE, financier, RH, ...
- Mettre en place un tableau de bord stratégique
- Fidéliser ses clients, ses fournisseurs et ses salariés

Objectif de la formation

- S'approprier la démarche d'une stratégie Océan Bleu, maîtriser les concepts d'innovation-valeur
- Mettre en œuvre, exécuter et piloter une stratégie Océan Bleu

Programme

Maîtriser les fondements théoriques de la stratégie concurrentielle

- Les principes, les piliers, le processus et les principales étapes clés
- Définitions et liens entre politique, stratégie et tactique

Définir une stratégie concurrentielle à l'image du dirigeant

- La stratégie du challenger:
 - o trouver sa place auprès des leaders
 - o entrer sur un marché déjà occupé par des acteurs légitimes sans se faire refouler
- La stratégie du leader :
 - o imposer sa volonté aux challengers
 - o limiter la portée des attaques des nouveaux venus
 - o connaître les moyens de rétorsion d'un acteur puissant

Mettre en œuvre sa stratégie

- Les différents types de marchés selon les concepts stratégiques
- Perception des produits par les clients
- Définir les besoins clients
- Choisir des fournisseurs adaptés
- Etablir sa légitimité
- Identifier, créer et exploiter les situations propices à la victoire sur les concurrents
- Choisir l'affrontement ou le statu quo

Objectif de la formation

- S'approprier les méthodes et outils pour construire et présenter son plan marketing.
- Valider les étapes clés et la cohérence de son plan marketing jusqu'à la faisabilité financière.
- Structurer les principales phases de son plan : analyse des données, diagnostic, orientations et plans d'actions.

Programme

La démarche du plan marketing

- Objectifs et enjeux des différents plans marketing.
- Les étapes clés de construction du plan marketing.
- Outils et méthodes à chaque étape.

Plan marketing et stratégie d'entreprise

- Des orientations stratégiques de l'entreprise au plan d'actions opérationnel.
- Inter-relation des plans marketing stratégique et opérationnel.

Le plan marketing stratégique

- Contribution du marketing au projet d'entreprise.
- La construction du plan : étapes, outils et modèle types.
- L'executive summary : contenu et spécificités.
- Le diagnostic stratégique : mise en perspective des données.
- La fixation des objectifs stratégiques et leur déclinaison par produits et actions marketing.
- Choix des stratégies de segmentation et positionnement.
- Présentation du plan marketing au comité exécutif.

Approche financière du plan marketing

- Le business plan Marketing : notions utiles.
- Le budget marketing.

Le plan marketing opérationnel

- La meilleure adéquation du mix-marketing.
- Plans d'actions marketing et commercial : assurer la synergie.
- Stratégie et actions de communication multicanal.
- Déploiement des actions sur le terrain : mise en place du pilotage et des indicateurs.
- Rapport d'activité, book marketing et book commercial.

Objectif de la formation

- Acquérir la démarche marketing d'innovation.
- S'approprier les outils du marketing qui permettent de générer des idées nouvelles.
- Savoir définir de nouvelles aires de business.

Programme

Marketing de l'innovation : Les enjeux :

- Comprendre les différentes typologies d'innovation.
- L'innovation vue par les innovateurs.
- Les enjeux de l'innovation : Pourquoi innover ?
- S'approprier la démarche marketing d'innovation.

Favoriser la génération d'idées nouvelles :

- Savoir challenger les paradigmes : Du produit à l'expérience client.
- Repérer les discontinuités de l'environnement.
- Utiliser les outils de veille et d'analyse marketing.
- S'inspirer des insights consommateurs ou clients.
- Surveiller les nouveaux comportements lors du parcours client, vis-à-vis du produit global.
- Evaluer les compétences clés de l'entreprise.
- Découvrir de nouvelles perspectives par l'idéation simple et la fertilisation croisée.

Saisir les opportunités de croissance et de business :

- Évaluation des innovations et choix stratégique : Critères de validation.
- De l'analyse du portefeuille d'activité aux choix de nouvelles aires de business.
- Définir le plan de développement des innovations : Le mapping d'opportunités.

Réussir la mise en œuvre des innovations :

- Comprendre le processus de mise en œuvre de l'innovation en 4 phases.
- Bâtir le business plan de l'innovation.
- Tenir compte de la courbe d'adoption des produits nouveaux.
- Explorer de nouvelles expérimentations pour tester l'innovation.

Objectif de la formation

- Elaborer une stratégie et un plan marketing en assurant la création de valeur pour l'entreprise
- Identifier les leviers de l'innovation et les sources d'avantage concurrentiel
- Maîtriser les outils d'aide à la décision stratégique

Programme

De la stratégie d'entreprise à la stratégie marketing

- La stratégie d'entreprise : mission, vision, grandes orientations et modèle économique
- Le champ d'action du marketing stratégique et corrélation avec la stratégie d'entreprise
- Rôles et missions du marketing
- Les différentes segmentations des activités
- Intégrer la démarche stratégique

L'analyse stratégique de la place de l'entreprise dans son environnement et le diagnostic

- Les axes d'analyse et les principes clés
- Les Domaines d'Activités Stratégiques (DAS)
- Conduite de l'analyse externe (Porter, PESTEL...)
- Conduite de l'analyse interne (profil concurrentiel, chaîne de valeur)
- La matrice SWOT :
- Diagnostic des forces et des faiblesses
- Diagnostic des opportunités et des menaces

Choix stratégiques et stratégies de croissance

- Les chemins stratégiques qui s'offrent à l'entreprise
- Les stratégies concurrentielles (Kotler) Les stratégies de croissance (Ansoff)
- Les dilemmes stratégiques de l'innovation
- La diversification de l'entreprise autour d'une activité, d'une marque
- Identification des avantages et des risques
- Critères de choix d'un chemin stratégique
- La gestion d'un portefeuille d'activités
- Les matrices d'aide à la décision stratégique : BCG , Mc Kinsey (atouts/attraits)
- Segmenter, cibler, positionner
- Les différents niveaux de segmentation : Marketing, stratégique, client, produits...
- Le ciblage : principe et intérêt
- Le positionnement : origine du positionnement et sa composante duale
- Les différents types de positionnement
- Positionnement et mix-marketing : un principe de cohérence
- Les mapping de positionnement
- Introduction au plan marketing
- Pourquoi faire un plan marketing ?
- Les différents niveaux de plans
- Les étapes du plan marketing

Objectif de la formation

- Découvrir les enjeux et les principes du benchmarking.
- Identifier les modèles existants.
- Renforcer la pertinence des études et la performance des actions marketing avec le benchmarking.

Programme

Connaître les enjeux et opportunités du benchmarking

- La veille stratégique et la veille concurrentielle : les best practices.
- Les principes du benchmarking.
- Les enjeux de l'innovation pour l'entreprise.

Mettre en place une démarche benchmarking

- Formaliser la problématique à résoudre par l'organisation.
- Définir le cadre de l'étude de benchmarking.
- Établir un diagnostic.
- Sélectionner les sources et organiser la collecte de l'information.
- Identifier les modèles à étudier.
- Préparer un protocole avec les partenaires (cahier des charges).

Exploiter les données recueillies et s'inspirer des meilleures pratiques

- Analyser les performances et mesurer les écarts.
- Formuler une recommandation de pistes d'amélioration possibles.
- S'inspirer des meilleures pratiques et tenter de les mettre en place dans le contexte de son secteur d'activité, de l'organisation.
- Définir un plan d'action et d'évaluation sur les objectifs.
- Mettre en place un comité de pilotage.
- Nommer un chef de projet pour emporter l'adhésion.
- Accompagner le changement dans une démarche projet.

Appliquer et mettre en œuvre les actions de benchmarking

- Lancer des actions spécifiques.
- Communiquer en interne sur les résultats obtenus.

Objectif de la formation

- Définir les éléments clés d'une démarche de veille concurrentielle.
- Identifier les sources d'information les plus pertinentes.
- Renforcer l'analyse et l'exploitation de l'information concurrentielle.

Programme

Déterminer les enjeux de la veille concurrentielle et stratégique

- Le processus de planification stratégique.
- Les évolutions des marchés.
- La veille concurrentielle : outil de réduction de l'incertitude.

Définir les objectifs de la veille

- Observer, analyser et comprendre les évolutions de l'environnement.
- Anticiper les changements.

Découvrir de nouvelles opportunités grâce à l'étude d'un marché

- L'étude de l'environnement externe :
 - o le VRIO framework de Barney & Hesterly,
 - o le SWOT : formulation du diagnostic d'analyse.

Mettre en place une méthodologie de benchmarking efficace.

- Le Benchmarking : à la recherche de best practices.

Organiser sa démarche active de veille

- Les différents domaines de la veille : réglementaire, technologique, concurrentielle.
- La définition du périmètre de la problématique à adresser.
- La mise en place d'un réseau.
- Le panorama des sources d'information.
- Les outils de surveillance.
- L'analyse et l'interprétation de l'information.
- Le classement et la diffusion des recommandations.

Aborder la prospective

- Les nouvelles tendances.
- Le rôle du planneur stratégique.

Objectif de la formation

- Identifier les besoins en outils de pilotage
- Acquérir une méthodologie de construction d'un TB évolutif et fiable
- Développer la performance de son service : réactivité, fiabilité, maîtrise des coûts
- Maîtriser l'ensemble des indicateurs pertinents du marketing stratégique, marketing de l'offre, marketing client et marketing opérationnel

Programme

Le tableau de bord : un outil de pilotage stratégique

- Définition, rôle et fonction.
- L'enjeu stratégique et opérationnel : un outil d'aide à la décision.
- Les enjeux de la mesure en fonction des objectifs et des moyens.
- Les différents types de tableaux de bord.
- Les destinataires des tableaux de bord.

Les indicateurs : une représentation chiffrée de la performance

- Définition, rôle et vocation des indicateurs.
- Panorama des indicateurs : indicateurs de résultats et de processus.
- Les indicateurs clés de la performance : KPI.
- La pertinence des indicateurs en fonction :
 - o de l'activité du site et des objectifs fixés,
 - o de l'activité comme l'acquisition ou la fidélisation,
 - o des segments géographiques (pays, régions) ou comportementaux (clients, première visite...).

Le tableau de bord : outil de management des objectifs

- Les différents niveaux d'objectifs.
- La formulation des objectifs stratégiques, tactiques et opérationnels.
- La déclinaison des objectifs et des sous-objectifs.
- L'adéquation des objectifs et des indicateurs.

La création de tableaux de bord pertinents

- La structure visuelle du tableau de bord.
- La mise en évidence des tendances et des KPI.
- La récupération et la consolidation des données.

La gestion de l'activité via les tableaux de bord

- La bonne fréquence d'actualisation des données et de diffusion.
- L'analyse des données : la bonne interprétation.
- La mesure des écarts et la mise en place des alertes.
- L'efficacité du suivi des objectifs et des plans d'actions.

Objectif de la formation

- Connaître les particularités du secteur B to B
- Acquérir les méthodes et outils marketing spécifiques au B to B.
- Mettre en œuvre un plan d'actions opérationnel en B to B

Programme

Comprendre les Spécificités du marketing BtoB

- Les caractéristiques des clients BtoB
- Les axes de différenciation en industrie et services BtoB
- La démarche marketing appliquée en BtoB

Analyser les marchés BtoB

- Identifier la concurrence potentielle en BtoB
- Analyser l'environnement BtoB
- Effectuer une veille marketing en BtoB

Définir sa stratégie marketing BtoB

- Analyser ses avantages concurrentiels : la méthode SWOT
- La segmentation des marchés en BtoB
- Le mix-marketing BtoB : les «4P»
- le rôle de la marque
- Les ratios de rentabilité en BtoB

Définir et mettre en œuvre son plan d'action marketing opérationnel BtoB

- Étapes clés, démarche et outils
- Les apports du marketing direct
- Les spécificités de la communication en BtoB et le multicanal : relation presse, sponsoring, hors média, internet, salons, ...
- Les techniques de promotion de vente en BtoB
- Assurer le lien avec la fonction commerciale

Bien gérer sa relation client en BtoB

- Le CRM : calculer et manager la valeur des clients
- Les spécificités de la gestion client BtoB
- Satisfaire et fidéliser durablement une entreprise
- La synergie marketing-commercial : moments clés et outils

Objectif de la formation

A l'issue de cette formation vous serez capable de :

- Disposer d'une méthodologie pour évaluer les besoins de communication et établir un diagnostic.
- Élaborer un plan de communication cohérent avec la culture et la stratégie de l'entreprise.
- Construire un tableau de bord pour piloter la mise en œuvre des actions de communication.

Programme

Identifier les grands principes, les missions et les objectifs de la communication

- Les fondamentaux de la communication : enjeux, objectifs, acteurs et relais.
- La double mission du responsable de la communication : piloter la fonction communication ; conseiller et «outiller» les autres fonctions.
- La démarche de communication.

Évaluer les besoins de communication : établir le diagnostic

- Les trois étapes d'un audit de communication.
- Les méthodes de recueil d'informations (enquêtes qualitatives/quantitatives...).
- Le choix des leviers les plus adaptés au contexte pour identifier les besoins de communication.
- Établir des repères pour évaluer la communication interne et bâtir un tableau de bord (méthodes, périodicités, indicateurs...).

Concevoir un plan de communication au service de la stratégie de l'entreprise

- Bâtir sa stratégie de communication en fonction du contexte et des cibles prioritaires.
- Définir des objectifs mesurables.
- Choisir les outils adaptés : Communication managériale, Relations publiques, Edition, Web 2.0, Communication commerciale....
- La responsabilité sociale de l'entreprise et la communication : une nouvelle dynamique porteuse de sens.

Planifier et budgéter les actions de communication

- Définir le calendrier et les moyens financiers et humains en fonction des priorités stratégiques .
- Chiffrer les ressources nécessaires pour atteindre les objectifs de communication.
- Elaborer le budget prévisionnel et suivre le budget.

Objectif de la formation

- Acquérir une vision globale en termes d'organisation et de management d'un service Achats,
- Maîtriser les moyens de la mise en œuvre de l'organisation et de la politique Achats.

Programme

Définir la politique et la stratégie Achats de son service

- Appréhender la stratégie générale de l'entreprise pour la décliner en objectifs Achats
- Définir la politique Achats
- Cartographier les achats de l'entreprise
- Analyser les besoins des différentes directions de l'entreprise et les traduire en objectifs quantitatifs et qualitatifs

Organiser et manager une équipe d'acheteurs

- Définir une organisation adaptée
- Recruter les membres de son équipe Achats
- Encadrer et animer une équipe d'acheteurs
- Évaluer les performances individuelles et collectives du service
- Assurer le développement des compétences

Communiquer en interne et effectuer un « reporting » sur les performances

- Communiquer sur la valeur ajoutée du service Achats
- Suivre les budgets Achats
- Mesurer la performance du service (établissement du tableau de bord Achats)
- Assurer un reporting général auprès des directions métiers (demandeurs) et de la direction générale

Optimiser les processus Achats

- Les processus d'achats : la chaîne de valeurs Achats
- La supply chain et la gestion des flux
- Évaluer et adapter les systèmes d'information Achats en place
- Mettre en place des solutions d'e-sourcing, d'e-procurement...

Intégrer la dimension internationale des achats

- Identifier les différents risques liés à l'internationalisation des achats
- Adapter son approche en fonction des stéréotypes culturels

Objectif de la formation

Concrètement, cette formation Négociation achat vous permettra de :

- Piloter les étapes d'une négociation d'achat,
- Maîtriser une méthode de préparation de la négociation,
- Connaître les principes et les pièges à éviter,
- Acquérir des notions essentielles de communication pour gagner en efficacité et en persuasion

Programme

Le contexte de la négociation Achats :

- Connaître les besoins et les objectifs de l'entreprise
- Connaître le marché Fournisseurs, savoir positionner son besoin
- Savoir susciter les offres, vendre son besoin
- Raisonner en « coût total de possession » (TCO Total Cost of Ownership)
- Déterminer un prix objectif
- Exercice d'application en binôme : grille de sélection fournisseurs, critères de choix

Les phases de la négociation :

- Qu'est-ce que la négociation, pourquoi lancer ce processus ?
- La négociation raisonnée : une approche « gagnant / gagnant »
- La préparation de la négociation : détermination des enjeux, fixation des objectifs, mesure du rapport de forces, tactiques, techniques et stratégies
- L'entretien de négociation

Les éléments de communication :

- Quelques principes de base en communication
- La communication non-verbale
- L'écoute active, nécessaire à une bonne compréhension
- Mieux se connaître pour mieux négocier

Objectif de la formation

Cette formation vous permettra de maîtriser les outils indispensables à l'élaboration de tableaux de bord évolutifs et à forte valeur ajoutée. Vous serez en mesure de procéder à une analyse pertinente des données recueillies et ferez de ces bilans des outils stratégiques.

Programme

Recenser les informations

- Les informations du bilan social.
- Exploiter les données existantes (bilan social, rapport unique...).
- Organiser la collecte des informations.
- Les indicateurs du bilan social.
- Les limites du bilan social pour le pilotage social et les autres sources de données.
- Qualifier les données. Adapter ses tableaux de bord en fonction des objectifs, usages et types de destinataires.
- Rédiger une communication adaptée.

Les objectifs des tableaux de bord

- La gestion et le suivi des activités RH (recrutement, formation, climat social).
- L'évaluation des risques.
- Faire évoluer les pratiques professionnelles.
- Les critères de pertinence de tous les indicateurs.
- Qualifier les données.
- Savoir distinguer indicateurs d'efficience et indicateurs d'efficacité, d'activité ou de résultat.
- Suivre les indicateurs clés.
- Les ratios, leur contrôle.

Construire ses tableaux de bord

- Méthodologie de construction des tableaux de bord.
- Clarifier la demande des destinataires.
- Adapter le contenu, la fréquence des tableaux de bord.
- Etalonner l'information (références internes, externes).
- Savoir faire évoluer ses tableaux de bord.
- Rétroplanning et rythme de production.

L'utilisation et l'interprétation des chiffres

- Connaître les principaux ratios.
- Utiliser les outils statistiques appropriés.
- Utiliser les données pour faire de la prospective.

Optimiser ses tableaux de bord

- Rendre ses tableaux de bord attractifs.
- Savoir utiliser les différents graphiques.
- L'importance du fond et de la forme.

Objectif de la formation

- Prendre confiance dans la conduite de l'entretien d'évaluation des compétences
- Clarifier les objectifs et les motivations de chaque collaborateur
- Evaluer la performance métier et les qualités relationnelles du collaborateur
- Utiliser l'entretien comme levier de reconnaissance et de motivation

Programme

Comprendre les enjeux de l'entretien annuel

- Replacer l'entretien dans sa pratique managériale
- Accorder le temps nécessaire : importance de l'implication

Déterminer les différents niveaux de l'évaluation

- Faire ressortir les priorités de l'évaluation
- édiger les objectifs
- Evaluer les compétences « métier », managériales, relationnelles, de communication...

Structurer les étapes de l'entretien

- Préparer efficacement l'entretien
- Soigner l'accueil
- Effectuer un premier bilan
- Echanger de manière constructive
- Récapituler les points essentiels abordés et conclure l'entretien sur une note positive

Conduire efficacement l'entretien

- Savoir écouter, questionner et reformuler
- Aborder les points positifs comme les points négatifs
- Dissocier les faits, les opinions et les sentiments
- Affirmer son rôle de manager
- Gérer les situations difficiles

Conclure positivement l'entretien et formaliser le bilan

- Réaliser le bilan d'activité avec le collaborateur
- Evaluer la maîtrise de la fonction et la réalisation des objectifs du collaborateur
- Mettre en évidence les points forts et les axes d'amélioration
- Préparer l'avenir

Objectif de la formation

- Cerner les enjeux d'une démarche compétences et le contexte légal.
- Connaître les méthodes de mise en œuvre.
- Identifier et élaborer les outils de GPEC.

Programme

Cerner les enjeux et la finalité d'une démarche GPEC

- Intégrer la gestion des compétences dans la stratégie d'entreprise
 - o Les problématiques qui déclenchent la mise en œuvre de la GPEC
 - o Définir la GPEC
- Maîtriser les aspects réglementaires
 - o Les obligations légales, la consultation des institutions représentatives du personnel, la conclusion d'un accord...
- Gérer l'évolution des effectifs
 - o Mesurer l'impact de la GPEC sur l'amélioration des performances de l'entreprise
 - o Développer l'attractivité de l'entreprise
 - o Situations critiques et stratégies de gestion des emplois et des compétences mises en œuvre

Identifier les conditions de succès-réussite

- Intégrer la démarche dans le projet de l'entreprise
 - o Définir les objectifs de mise en place
- Impliquer l'ensemble des acteurs de l'entreprise

Piloter la démarche compétences

- Définir les concepts de base
 - o Compétences, emplois, référentiels...
- Analyser l'existant : emplois, fonctions, métiers...
- Réfléchir sur le choix des outils et sur leur élaboration
- Construire des outils de gestion des compétences
 - o Faire un état des lieux des outils existants
 - o Cartographie-répertoire des métiers, le référentiel emploi-type (emploi-repère), les fiches emploi-type (emploi-repère)
- Identifier les compétences disponibles et diagnostiquer les compétences stratégiques
- Analyser les compétences nécessaires aux orientations stratégiques de l'entreprise

Analyser l'approche opérationnelle du développement des compétences

- Choisir des orientations de développement de compétences
 - o Évaluer les avantages de la mobilité interne et la transférabilité : passerelle-métiers
 - o Fixer les priorités dans la mise en place des dispositifs de formation
 - o Mettre en place des parcours professionnels
 - o Gérer les seniors : tuteur senior entreprise...
 - o Détecter et gérer les potentiels
 - o Capitaliser les compétences clés : transmission des savoirs tutorat et mentorat
 - o Recrutement et attractivité de l'entreprise
 - o Mettre en place des outils de mesure du développement des compétences

Objectif de la formation

- Détecter des fraudes.
- Mettre en place un dispositif de surveillance des fraudes.
- Installer des dispositions de prévention de la fraude.
- Installer une culture anti-fraude.

Programme

Déterminer ce qu'est une fraude et quelles sont les obligations légales

- Comprendre la notion de fraude dans l'entreprise.
- Connaître les exigences légales autour de la fraude.
- Identifier les responsabilités dans l'entreprise et les sanctions possibles.

Analyser la réalité des fraudes en entreprise

- Repérer les domaines de l'entreprise exposés à fraude.
- Connaître les différents types de fraudes et leurs particularités. Exemples :
 - les fraudes financières ;
 - les falsifications de documents ;
 - la prise de données confidentielles ;
 - les détournements ; etc.
- Des exemples de fraudes par fonction :
 - Achats, SI, Comptabilité, Finances, etc.

Identifier, détecter des fraudes

- Connaître les caractéristiques des fraudeurs.
- Repérer les signes de suspicion de fraudes.
- exemples d'anomalies ;
- les rôles de l'audit interne et du contrôle interne.
- Analyser des indicateurs via le système d'information.
- Caractériser les fraudes détectées.

Mettre en place un système de traitement et de prévention des fraudes

- Établir des procédures d'alerte, de traitement des fraudes.
- Créer une charte éthique.
- Sécuriser le SI.
- Mobiliser les auditeurs internes, les contrôleurs internes.
- Intégrer cette composante dans le recrutement.
- Communiquer en interne pour créer cette culture anti-fraude.

Objectif de la formation

- Identifier les missions et enjeux des acteurs liés à l'audit et au contrôle interne.
- Maîtriser toute la démarche et les techniques d'audit interne.
- Maîtriser les savoir faire et savoir être pour conduire les missions d'audit interne.
- Utiliser les outils et référentiels de contrôle interne nécessaires aux audits.
- Analyser et proposer des actions d'amélioration.
- Manager les audits.
- Sensibiliser les acteurs de l'organisation aux enjeux du contrôle interne et de la maîtrise des risques

Programme

La démarche d'audit et ses outils

L'audit interne : rôle et missions

- Définir la fonction et sa place dans la structure.
- Construire la charte d'audit.
- La déontologie de la fonction.
- Les réglementations du contrôle interne et de gestion des risques.
- Le référentiel universel de contrôle interne : le COSO.

Définir les objectifs et planifier un audit interne

- Identifier les objectifs des missions d'audit.
- Planifier les missions.

Organiser une mission d'audit interne

- Les étapes d'une mission :
- la lettre de mission ;
- l'étude préalable ;
- le déroulement ;
- le rapport et le suivi.

Préparer la mission d'audit

- La lettre de mission :
- les objectifs ;
- le contenu ;
- la communication associée.
- Mener l'étude préalable :
- recenser l'information interne et externe ;
- identifier les zones à risques ;
- définir le périmètre;
- prendre contact avec les audités.

Réaliser la mission d'audit

- Décrire l'existant :
- les documents à réunir ;
- Flow Chart ;
- tableau de répartition des tâches ;
- réaliser le questionnaire de contrôle interne par différentes approches : risques, référentiels, processus, activités ;
- entretiens et questionnaires d'audit.
- Valider la conformité de l'existant : test de conformité, questionnaires.
- Analyser l'existant :
- Tableau des Forces et Faiblesses Apparentes ;
- sondages ;
- tableau d'évaluation des procédures ;

Première analyse des constats

- La feuille de révélation et d'analyse des problèmes.

Comprendre les liens entre audit interne et contrôle interne

- Coordonner le contrôle interne et les audits internes.

Concilier savoir-faire et savoir être

- Savoir-faire :
- la méthode d'audit et ses phases ; les outils associés.
- Savoir être :
- l'importance du relationnel dans la conduite de l'audit interne.

Utiliser un questionnement adapté aux entretiens d'audit

- Construire un guide d'entretien facilitant la coopération.
- Utiliser le bon questionnement en fonction des objectifs recherchés :
- questions ouvertes, fermées, les silences.
- Approfondir les explications exprimées par les audités.

Adopter les comportements facilitant les entretiens d'audit

- Éviter les comportements négatifs :
- l'inquisition ; la compassion ; les interprétations.
- Rechercher des éléments factuels.
- Développer son écoute active.

Utiliser des techniques empruntées à la PNL ou à l'analyse transactionnelle

- Utiliser des outils de PNL pour mieux communiquer avec les audités :
- établir la relation avec succès et justesse ;

Réaliser la mission d'audit

- Décrire l'existant :
 - les documents à réunir ;
 - Flow Chart ;
 - tableau de répartition des tâches ;
 - réaliser le questionnaire de contrôle interne par différentes approches : risques, référentiels, processus, activités ;
 - entretiens et questionnaires d'audit.
- Valider la conformité de l'existant : test de conformité, questionnaires.
- Analyser l'existant :
 - Tableau des Forces et Faiblesses Apparentes ;
 - sondages ;
 - tableau d'évaluation des procédures ;

Première analyse des constats

- La feuille de révélation et d'analyse des problèmes.

Comprendre les liens entre audit interne et contrôle interne

- Coordonner le contrôle interne et les audits internes.

Concilier savoir-faire et savoir être

- Savoir-faire :
 - la méthode d'audit et ses phases ; les outils associés.
- Savoir être :
 - l'importance du relationnel dans la conduite de l'audit interne.

Utiliser un questionnement adapté aux entretiens d'audit

- Construire un guide d'entretien facilitant la coopération.
- Utiliser le bon questionnement en fonction des objectifs recherchés :
 - questions ouvertes, fermées, les silences.
- Approfondir les explications exprimées par les audités.

Adopter les comportements facilitant les entretiens d'audit

- Éviter les comportements négatifs :
 - l'inquisition ; la compassion ; les interprétations.
- Rechercher des éléments factuels.
- Développer son écoute active.

Utiliser des techniques empruntées à la PNL ou à l'analyse transactionnelle

- Utiliser des outils de PNL pour mieux communiquer avec les audités :
- établir la relation avec succès et justesse ;

COMPTABILITE GESTION FINANCE

Objectif de la formation

- Comprendre les nouveaux enjeux de la mesure de performance.
- Être en mesure d'établir un diagnostic des besoins de l'entreprise en information de gestion.
- Formaliser les différentes phases de conception et de mise en place d'un système de pilotage de la performance.

Programme

Les définitions et les missions du contrôle de gestion

- Les différences entre le contrôle de gestion et le contrôle interne
- La fonction de contrôle de gestion dans l'entreprise

Quels sont les enjeux du contrôle de gestion ?

- Reporting financier pour la direction générale ou outil d'aide à la décision pour les opérationnels ?
- Interactivité avec les autres systèmes d'information.
- Évolution des indices de performance vers la création de valeur.

Quel est le lien entre le contrôle de gestion, le type de structure et le mode d'organisation ?

- Centres de responsabilité et critères de performance associés.
- Ambiguïtés de la détermination des objectifs de performance opérationnelle.

Quelles sont les phases du processus de contrôle de gestion ?

- Démarche « plan/programmes/budgets ».
- Boucle prévisions - contrôle et prise en compte des contraintes de l'entreprise.

Définir les grandes étapes du diagnostic des systèmes de contrôle

- Diagnostic du secteur et de l'environnement : de la démarche stratégique à la planification opérationnelle.
- Articulation du plan pluriannuel et des budgets.

Quel est le rôle de la fonction « pilotage de la performance » ?

- Diagnostic de la position et de l'organisation de la fonction « contrôle de gestion ».
- Mise en œuvre du plan d'action.
- Identification des étapes, priorisation, mise au point du calendrier.

Le suivi et le contrôle opérationnel

- Les tableaux de bord opérationnels : définition et mise en œuvre.

Objectif de la formation

- Organiser le processus de clôture des comptes.
- Piloter le processus de clôture.
- Mettre sous contrôle les risques.
- Mettre en œuvre les meilleures pratiques du processus de clôture.
- Se construire une démarche de validation des comptes.

Programme

Organiser le processus de clôture

- Diagnostiquer votre situation de clôture des comptes.
- Organiser le processus de clôture : la démarche processus.
- Découper la clôture en 4 étapes clés :
alimentation comptable en amont ;
validation des comptes (balance définitive) ;
production des états financiers ;
validation des états financiers.

Sécuriser et organiser les processus comptables

- Construire sa cartographie des processus comptables.
- Analyser les processus comptables :
risques, zones d'incertitudes, points d'amélioration à mettre en œuvre.
- Identifier les meilleures pratiques organisationnelles.
- Mettre en place des indicateurs pertinents par processus.

Valider les comptes issus des processus amont

- Structurer la démarche de contrôle comptable.
- Définir les critères de qualité comptable : les assertions.
- Construire un programme de contrôle par processus :
processus achats fournisseurs ;
processus investissement.
- Établir un dossier de travail probant.

Produire les comptes

- Sécuriser la centralisation comptable.
- Organiser la remontée d'information pour l'annexe et le rapport de gestion.

Faire valider les comptes

- Intégrer l'audit dès la phase préparatoire.
- Préparer des dossiers de clôture.
- Optimiser l'efficacité des audits.

Utiliser les meilleurs outils pour piloter le processus de clôture

- Définir et exploiter le planning de clôture.
- Organiser une réunion de préparation à la clôture.

ÉTABLIR LES ÉTATS FINANCIERS EN NORMES IFRS

Objectif de la formation

- Maîtriser les principes de présentation des états financiers en normes IFRS.
- Situer l'incidence des normes IFRS dans l'évaluation et la présentation des actifs et passifs.
- Être capable d'établir des comptes conformes aux normes IFRS.
- Appréhender les principales divergences entre les normes IFRS et le référentiel français.
- Anticiper les évolutions attendues du référentiel international.

Programme

Identifier les caractéristiques des états financiers IFRS

- État de la situation financière.
- Compte de résultat et état de la performance globale.
- Tableau de flux de trésorerie.
- Caractéristiques du cadre conceptuel :
juste valeur ;
primauté de la substance.

Comptabiliser les immobilisations incorporelles

- Définition des actifs incorporels.
- Détermination du coût d'acquisition.
- Traitement des coûts de développement.
- Activation des coûts d'emprunt.
- Amortissement des immobilisations.

Comptabiliser les immobilisations corporelles

- Définition et comptabilisation initiale.
- Approche par composant.
- Traitement des coûts ultérieurs.
- Amortissement et modification du plan d'amortissement.
- Immeubles de placement.

Traiter les contrats de location

- Distinction entre location simple et location financement.
- Traitement comptable des contrats de location financement.
- Maîtriser les modalités du test de dépréciation
- Principes du test de dépréciation.
- Comptabilisation de la perte de valeur.

Constater et enregistrer les provisions

- Conditions de constitution.
- Actualisation des provisions.

Évaluer et enregistrer les avantages du personnel

- Classification et comptabilisation des avantages postérieurs à l'emploi.
- Traitement des écarts actuariels.

Comptabiliser les instruments financiers et les opérations en devises

- Définition et classification.
- Évaluation et comptabilisation des instruments financiers primaires.
- Les règles de conversion.

Évaluer et constater les impositions différées

- Principes des impôts différés.
- Évaluation et reconnaissance.

IMPACTS DES NORMES IFRS POUR LE CONTRÔLE DE GESTION

Objectif de la formation

- Maîtriser les fondamentaux des normes IFRS utiles au contrôle de gestion.
- Faire évoluer l'architecture du système de contrôle de gestion.
- Construire un business-plan par UGT et mettre en œuvre des tests d'impairment.
- Comprendre la méthode de l'avancement.

Programme

Structurer les états financiers selon les normes IFRS

- Intégrer les spécificités du système d'information en termes de construction de :
- état de situation financière (bilan) ;
- compte de résultat ;
- tableau du résultat global ;
- tableau des flux de trésorerie ;
- tableau de variation des capitaux propres ;
- résultats intermédiaires : EBITDA, résultat opérationnel (RO), résultat opérationnel courant (ROC)...
- information sectorielle : les indicateurs clés à présenter selon les axes d'analyse retenus.
- Analyse de plaquettes de groupes internationaux.

Connaître les principaux retraitements exigés par l'adoption des normes IFRS

- Le traitement des immobilisations incorporelles et corporelles : définition, valorisation, approche par composants, activation des coûts de développement, activation des coûts d'emprunt.
- Le test de dépréciation des actifs : la définition des UGT, le calcul de la valeur recouvrable, constatation et affectation de la perte de valeur sur le goodwill et les immobilisations.
- La détermination de l'écart d'acquisition.
- Le traitement des locations financement : identification, mode de comptabilisation.
- La valorisation des stocks.
- La méthode de l'avancement.

Configurer le système d'information pour répondre aux exigences des normes IFRS

- Alimenter les comptes analytiques.
- Construire les états analytiques par business unit et par zone géographique.
- Découper l'entreprise en unités génératrices de trésorerie.
- Construire un business-plan par unité génératrice de trésorerie.
- Réviser le business-plan (test d'impairment).

Objectif de la formation

- Acquérir les techniques pour établir des prévisions budgétaires fiables.
- Préparer le budget de son service.
- Défendre son budget et être force de proposition.
- Analyser et expliquer les écarts budgétaires.

Programme

Comprendre le fonctionnement budgétaire

- Identifier les différents budgets : global (de l'entreprise) et les budgets spécifiques : des ventes, de production, des frais généraux, d'investissement et de trésorerie.
- Définir les différents postes budgétaires.
- Situer le budget dans la planification de l'entreprise.
- Comprendre le processus budgétaire : les étapes et niveaux de contrôle.

Préparer son budget

- Connaître les principaux documents financiers et leur rôle.
- Identifier les autres acteurs et se positionner dans la procédure budgétaire.
- Se fixer des objectifs.
- Etablir les prévisions d'activité.
- Evaluer les besoins en termes de fonctionnement et d'investissement.
- Analyser les coûts fixes et variables.
- Elaborer les tableaux de bord de budgétisation : les valeurs à montrer.
- Réaliser des simulations budgétaires.

Défendre son budget

- Calculer le retour sur investissement des projets.
- Présenter des documents clairs et chiffrés.
- Argumenter sur les points stratégiques, opérationnels et financiers.
- Comment répondre aux questions posées ?

Contrôler

- Analyser les écarts ou erreurs budgétaires.
- Construire le tableau de bord de pilotage.
- Intégrer les indicateurs clés.
- Ajuster son budget.
- Communiquer les nouveaux résultats aux acteurs concernés.

Objectif de la formation

- Comprendre la notion de groupe et les comptes consolidés.
- Évaluer l'incidence des normes IFRS sur l'analyse financière.
- Réaliser le diagnostic financier d'un groupe.
- Approfondir l'analyse par les flux de trésorerie

Programme

Comprendre la notion de groupe et les comptes consolidés

- Organigramme du groupe.
- Pourcentages d'intérêt et de contrôle.
- Définition du contrôle : IFRS 10.
- Partenariats : IFRS 11.
- Conditions de l'influence notable.
- Le périmètre de consolidation : règles IFRS, françaises et américaines.
- Les capitaux propres consolidés.
- Comprendre l'écart d'acquisition, les réserves consolidées.

Réaliser l'analyse financière d'un groupe

- Mener une démarche rigoureuse : activité, profitabilité, équilibres financiers, endettement, rentabilité.
- Information sectorielle (IFRS 8).
- Analyser les variations de périmètre.
- Ratios spécifiques aux comptes consolidés.
- Décrypter les annexes et le rapport de gestion.

Se familiariser avec les normes IFRS

- Les clés de lecture des normes IFRS : primauté du bilan.

Évaluer l'activité et la profitabilité en normes IFRS

- Règles de reconnaissance du chiffre d'affaires (IAS 11 & 18).
- Dépréciation des actifs (norme IAS 36) : processus et intérêt pour l'analyse.
- Présentation du compte de résultats aux normes IFRS et notion de résultat global.

Évaluer la structure financière en normes IFRS

- Règles d'évaluation des actifs incorporels, corporels et financiers.
- Situation d'endettement : location financement, avantages postérieurs à l'emploi, entités ad hoc, titrisations, affacturage, emprunts convertibles...
- Aperçu de la valorisation des instruments financiers et couvertures de change.
- Tableau de variation des capitaux propres.
- Signification des impôts différés.

Mener l'analyse par les flux de trésorerie

- Savoir lire tableau de flux consolidé.
- Évaluer la dynamique entre l'activité et l'investissement.
- Repérer les choix de financement, la capacité de remboursement.
- Diagnostiquer les crises de trésorerie.

Objectif de la formation

- Construire le reporting de gestion
- Présenter efficacement les informations comptables, financières et sociales aux différents services de l'entreprise à travers le reporting

Programme

L'objectif reporting de gestion

- Quel est le but du reporting :
- instrument de contrôle
- instrument d'aide à la décision
- instrument de dialogue

A qui s'adresse-t-il :

- Clients (internes et externes)
- à différents niveaux
- Impacts du reporting : reforecast, changement stratégique...

Comment élaborer le reporting de gestion ?

- Informations quantitatives :
 - o Performance économique à travers le bilan et le compte de résultat
 - o L'analyse budgétaire : les marges, l'analyse des écarts, la distinction coûts fixes/coûts variables, les variables d'action, le seuil de signification...
 - o L'analyse financière : stocks, trésorerie...
- Informations qualitatives :
 - o recherche d'indicateurs adaptés à l'activité, élaboration de tableaux de bord

Systèmes d'information et outils utilisés

- Bases de données multi-dimensionnelles, ERP, outil spécifique de reporting...
- Fiabilité des données
- Rapidité de production et de mise à disposition des informations

Optimiser sa présentation écrite

- Une présentation simple et conviviale
- Sélection des informations adaptées à la cible
- Des indicateurs pertinents
- Des informations fiables et précises en Juste-A-Temps

Optimiser sa présentation orale

- Structurer sa présentation
- Transmettre des messages forts
- Argumenter : l'impact de la présentation écrite :
- l'importance du fond et du langage
- l'impact de la forme et de la mise en page (graphiques, tableaux)

Objectif de la formation

À l'issue de la formation, les stagiaires seront capables :

- De comprendre les différentes sources de coûts
- De connaître les conditions standard et savoir jusqu'où il est possible de les négocier
- De calculer un solde en valeur, un solde réel sur lequel sont calculés les intérêts et d'équilibrer les soldes
- De construire des prévisions de trésorerie : encaissements / décaissements à partir des comptes clients et fournisseurs, portefeuilles de commandes, grands livres
- De négocier un crédit bancaire

Programme

Les conditions bancaires

- Conditions de taux : découvert, escompte, crédits
- Les dates de valeur
- Le calendrier bancaire
- Les commissions sur les opérations courantes :
- frais de tenue de compte,
- commission de plus fort découvert, etc.

Le face à face avec le banquier

- Savoir sur quels postes faire porter la négociation
- Les conditions que le banquier peut appliquer pour ses « bons » clients
- Contrôler les documents bancaires et les échelles d'intérêt (agios)

La tenue de la trésorerie en valeur

- Le calcul du solde en valeur à partir du relevé de compte bancaire
- Les équilibrages : gérer les mouvements aléatoires/arbitrer entre liquidité et placement
- Comment placer vos excédents de trésorerie : les différents supports de placement : DAT, SICAV CT, Certificats de dépôt
- Comment gérer vos découverts : les financements à court terme : affacturage, escompte, découverts, crédits spot.

Les prévisions de trésorerie à moyen terme : quelques mois

- Détermination des éléments nécessaires : balances, portefeuilles, etc.
- Construction d'une matrice
- Construction de prévisions à partir d'un exemple

Apprenez à négocier vos crédits bancaires

- Comment votre banque perçoit-elle votre entreprise ? capacité d'autofinancement, ratios, notation Banque de France

Quelle garantie offrir ?

- Le taux du crédit : comment déterminer le coût réel d'un crédit ?
- Les coûts dits accessoires : les frais de dossier, les frais liés à la prise de garanties par la banque, fréquence et date des remboursements (terme échu, à échoir) petit carré orange Se couvrir contre le risque de change

Objectif de la formation

- Découvrir les changements intervenus dans la réglementation comptable en vigueur dans l'espace OHADA (SYSCOA révisé)
- Savoir identifier les attentes de ce nouveau référentiel en termes de traitement de l'information comptable et de présentation des états financiers selon le nouveau modèle
- Maîtriser par la réalisation de cas pratiques les retraitements comptables induits par la mise en application du nouveau référentiel
- Maîtriser les changements intervenus au niveau de l'Acte Uniforme révisé relatif au droit des sociétés commerciales et du GIE

Programme

Historique et Rappel des objectifs de la formation

- Projet OHADA (1995)
- SYSCOA (1998)
- Adoption de l'acte uniforme (2000)
- Entrée en vigueur du SYSCOAHDADA (2001)
- SYSCOA révisé (2014)

Reforme de l'acte uniforme révisé

- La gouvernance des sociétés commerciales
- La mise en place de sociétés
- Fonctionnement des sociétés, la prise en compte d'un certain « existant »
- Précontentieux et contentieux
- Nouvelles incriminations pénales

Présentation du SYSCOA révisé et de son incidence sur la tenue des comptes

- Mise en vigueur du SYSCOA révisé à compter du 1er janvier 2014
- Correction des insuffisances

Objectif de la formation

- Rechercher et identifier les gisements d'économie ;
- Elaborer et exploiter les différents outils d'analyse ;
- Connaître les différents leviers d'actions et leurs interactions ;
- Savoir diagnostiquer et piloter une démarche d'amélioration fournisseur ;
- Comment vendre la valeur ajoutée des différentes actions ;

Programme

Identifier les différents gisements d'économie à l'achat

- Rappel des composantes du prix et du coût d'achat
- Savoir évaluer l'évolution du prix avec l'évolution des volumes
- Analyse par les prix de marchés
- Rappel de spécificités liées aux types d'achat et de process fournisseurs
- Rechercher les enjeux du développement durable dans son entreprise et les impacts

Mise en place d'un plan de réduction des coûts

- Mesure de la performance et détection des axes d'amélioration
- Définir les coûts objectifs
- Gestion dynamique du panel fournisseur
- Déterminer ses stratégies et tactiques
- Analyse et compréhension des risques dans la phase de préparation à la négociation
- Déploiement d'un plan de progrès
- Identifier, comprendre les barrières et définir les parades

Tenir la dérive des prix

- Les formules de révisions liées aux types d'achats
- Rechercher les indices de dérives du prix
- Etablir et mettre en place des pénalités
- Adapter les contrats aux problématiques à résoudre

Elaborer et exploiter un tableau de bord

- Mettre en place des outils de mesure
- Indicateurs pertinents et nécessaires
- Adaptation des ratios aux spécificités des auditeurs

DROIT DES AFFAIRES

FISCALITE



D1

PRÉSENTATION ET COMMENTAIRE DU NOUVEL ACTE UNIFORME RELATIF AU DROIT DES SOCIÉTÉS COMMERCIALES ET DU GROUPEMENT D'INTÉRÊT ÉCONOMIQUE

Objectif de la formation

- Examiner les changements intervenus au plan de la forme de l'acte (1), ceux intervenus au niveau du fond (II), en comparaison avec l'ancien acte uniforme adopté le 17 avril 1997
- De façon spécifique :
- o Comprendre les innovations majeures;
 - o Connaître les reculs ou insuffisances

Programme

Les innovations majeures

- La possibilité pour les associés de déroger aux clauses statutaires
- La réalisation des apports en industrie
- Document d'information pour l'appel public à l'épargne
- Bureau de représentation ou de liaison
- Adaptation de la partition de la participation des associés aux assemblées générales aux nouvelles technologies de l'information
- Contrôle de gestion
- Administration provisoire
- Commissaire à la transformation
- Capital minimum de la SARL
- Nouveaux outils flexibles pour les opérations liées au capital
- Dispositions spécifiques aux sociétés faisant appel public à l'épargne
- La précision du régime des nullités (articles 242 et suivants)

Les reculs ou insuffisances

- Une atténuation de la rigidité du droit sur les sociétés commerciales
- Une brèche de la volonté d'uniformisation du droit des affaires
- Une révocation du délai de l'action en régulation et du délai de l'action en responsabilité

CHANGEMENT A UN NIVEAU NATIONAL QUI ACCOMPAGNE LA RÉFORME DE L'ACTE UNIFORME SUR LE DROIT DES SOCIÉTÉS COMMERCIALES DU GIE

Objectif de la formation

- Examiner les changements intervenus au plan de la forme de l'acte (1), ceux intervenus au niveau du fond (II), en comparaison avec l'ancien acte uniforme adopté le 17 avril 1997
- De façon spécifique :
 - o Maîtriser le droit des sociétés et le droit fiscal qui accompagne la réforme de l'acte uniforme sur le droit des sociétés commerciales du GIE
 - o Connaître les limites des réformes entreprises en matières fiscale

Programme

En droit des sociétés

- Levée de l'obligation de passage chez le notaire pour l'établissement des actes de constitution pour les sociétés de type SARL
- Levée de l'exigence du capital minimum pour les sociétés de types SARL
- Publication de l'avis de constitution d'entreprise en ligne sur le site internet du CEPICI

En droit fiscal

- Concernant les droits d'enregistrement
- Concernant les droits de timbre
- Concernant les droits de mutation en matière immobilière
- Concernant les frais d'immatriculation au greffe

Les limites des réformes entreprises en matières fiscale

- Exclusion des personnes morales du régime de l'impôt synthétique
- Maintien d'une catégorie de contribuable au régime d'imposition des non commerçants

LES BASES DU DROIT DU CONTRAT COMMERCIAL

Objectif de la formation

- Maîtriser les fondamentaux du droit commercial.
- Collaborer avec les juristes.
- Négocier et rédiger les clauses essentielles du contrat commercial.
- Adopter les bons réflexes contractuels à toutes les étapes de la vie du contrat.

Programme

La formation du contrat commercial

- Le contrat, la loi des parties.
- Règles de droit impératives et supplétives.
- Modification des obligations contractuelles (novation).
- Lettre d'intention de commandes.
- Portée de l'obligation de conseil du vendeur et accord ou contrat cadre.
- Sort des commandes passées hors du circuit (mandat apparent).

Négocier les obligations réciproques

- Obligation de moyen ou de résultat.
- Cahier des charges technique ou fonctionnel.

Négocier les clauses essentielles

- Définition de l'objet.
- Documents et langue contractuels.
- Date d'entrée en vigueur, durée.
- Prix et modalités de révision du prix.
- Délais de règlement, délais et lieu de livraison.
- Transfert de propriété et des risques.
- Garantie contractuelle.
- Limitation de la responsabilité, force majeure.
- Engagement de confidentialité.
- Possibilité de sous-traiter le contrat (cessibilité). Garantie contre l'éviction, règlement des litiges.

Que faire en cas d'inexécution ?

- Suspendre l'exécution de ses obligations, résolution, résiliation, pénalités.

Les essentiels du droit de la concurrence

- Obligation de transparence tarifaire.
- Peut-on refuser de vendre ? Revente à perte.
- Rupture abusive de relations commerciales.

S'initier au contrat international

- Définition du droit applicable et juridiction compétente.
- Définition des incoterms.

Objectif de la formation

- Identifier les différentes structures juridiques et leurs avantages respectifs.
- Identifier les étapes de la vie juridique des sociétés.
- Appréhender son rôle et sa responsabilité d'administrateur,
- Identifier le rôle des actionnaires, du CAC.
- Organiser les réunions d'AG et de CA.

Programme

Repérer le socle juridique de toute société

- Contrat de société, statuts.
- Personne morale : capacité juridique,
- Affectio societatis dans les sociétés.
- Événements nécessitant une modification des statuts.

Concilier forme juridique et objectifs à atteindre

- Critères de choix : responsabilité, ouverture du capital, fiscalité, organisation.

Comprendre la vie juridique de la société

- Rôle et pouvoir des organes de gestion : PDG, Président du CA, DG.
- Pouvoirs du conseil d'administration.
- Conventions libres, réglementées, interdites et droit à l'information des actionnaires.

Jouer son rôle d'administrateur

- Différentes catégories d'administrateur, droit à l'information de l'administrateur.
- Cumul avec un contrat de travail et cumul des mandats sociaux.
- Déroulement d'une réunion de conseil d'administration (CA).
- Événements engageant sa responsabilité individuelle ou collective, civile ou pénale.

Maîtriser les pouvoirs et obligations des associés

- Différentes AG : AGO, AGE, AGM, AGS.
- Agenda de l'AG et règles de tenue : composition du bureau, quorum...
- Différents modes de tenue d'une AG : vidéo conférences, questions écrites.
- Minorité de blocage et pacte d'actionnaires.
- Règles de gouvernance, comités.
- Illustration : contrôler le PV d'une AG.

Connaître les points clés d'une bonne gouvernance

- Rôle des différents comités : audit, stratégie, rémunérations.
- Relations entre actionnaires, administrateurs et dirigeants.

Faire face aux événements exceptionnels

- Opérations de restructuration : fusion, scission, apport partiel d'actifs.
- Cessions de parts ou d'actions et augmentation de capital.
- Liquidation amiable ou judiciaire.

Objectif de la formation

- Être à même de passer des contrats de Partenariat Public Privé.
- Maîtriser la rédaction d'un contrat PPP.

Programme

Intégrer l'aspect réglementaire

- Les textes en cours.
- Le cadre juridique des contrats de partenariat.

Réaliser un diagnostic préalable

- Définir les points à observer.
- Connaître les différentes possibilités de réalisation du diagnostic.
- Construire un tableau d'analyse des risques.
- Établir les motivations pour mettre en œuvre un PPP.
- Évaluer les coûts.

Repérer les différents acteurs

- Personne publique.
- Banque.
- Prestataire.
- Etc.

Identifier les procédures à suivre

- Quelles sont les conditions préalables ?
- Comment choisir la procédure à utiliser ?
- Comment recourir à la procédure négociée ?
- Comment utiliser la procédure de dialogue compétitif ?

Respecter les étapes de passation d'un contrat de partenariat

- Rédiger les pièces nécessaires.
- Les clauses obligatoires.
- Décrire les objectifs de performance.
- Quelles sont les clauses d'adaptabilité ?
- Les cas de résiliation et les clauses indemnitaires.
- Identifier les pénalités et les sanctions.
- Sélectionner les offres.

Prévoir les risques de contentieux liés au contrat de partenariat

- Éviter certaines fautes de procédures.
- Anticiper les risques dès la rédaction du contrat.
- Connaître les principaux risques d'annulation d'un PPP.
- Quelles sont les jurisprudences ?

Objectif de la formation

- Traiter les opérations comptables de la clôture des comptes.
- Déterminer le résultat fiscal et calculer l'impôt société.
- Compléter les imprimés de la liasse fiscale.

Programme

Maîtriser les opérations comptables de la clôture

- La comptabilisation et l'évaluation des éléments d'actif immobilisé :
 - o amortissement ;
 - o dépréciation.
- L'évaluation de l'actif circulant :
 - o stocks ;
 - o créances clients.
- L'évaluation et la constatation des provisions pour risques et charges.
- Le rattachement des charges et produits aux périodes concernées.

Déterminer le résultat fiscal et calculer l'IS

- La démarche de détermination du résultat fiscal.
- Le traitement des différences entre résultat comptable et fiscal :
 - o réintégrations ;
 - o déductions.
- La détermination du résultat fiscal.
- Le calcul de l'impôt société
- Le calcul de la participation des salariés au résultat.
- Le paiement de l'impôt société

Établir la liasse fiscale

- Présentation des imprimés de la liasse.
- Les contrôles de cohérence à effectuer.
- Compléter les imprimés fiscaux
- Traiter les déficits fiscaux
- report en avant ;
- report en arrière.
- Le plafonnement du report en avant des déficits.
- Renseigner les imprimés fiscaux en situation de déficit fiscal.

Objectif de la formation

- Comprendre l'impact fiscal des différentes opérations réalisées au sein de l'entreprise.
- Intégrer la variable fiscale dans son activité quotidienne.
- Être en mesure d'apprécier les enjeux des options fiscales offertes aux entreprises.

Programme

Les contrats commerciaux : conséquences sur l'IS, la TVA et les avantages du code d'investissement

- Sur le résultat fiscal soumis à l'IS :
 - o Principes de passage du résultat comptable au résultat fiscal ;
 - o Rattachement des contrats à un exercice ;
 - o Contrats signés en devises étrangères ;
- Litiges commerciaux : traitement des provisions et des indemnités.
 - o Sur la TVA due par l'entreprise ;
 - o Déterminer la taxe exigible ;
 - o Gérer la taxe récupérable.

La gestion des éléments incorporels de l'entreprise

- Charge ou immobilisation ?
- Concession de droits incorporels.
- Cession de brevet.

Les modes de financement de l'entreprise et leur impact fiscal

- Apports en capital, emprunts.
- Présentation des dispositifs restrictifs de déductibilité des intérêts d'emprunt.

La gestion du résultat

- Résultat bénéficiaire et distribution de dividendes.
- Résultat déficitaire : impact des différentes options de report.
- Compensation des résultats : intégration naturelle et intégration fiscale.

BULLETIN D'INSCRIPTION

PARTICIPANT

Mme Mlle M. Nom:.....Prénom:.....

Adresse de convocation (si différente de l'établissement) :

Code Postal : Ville : Pays : Téléphone :

E-mail (obligatoire) : Fax :

Fonction : Service :

FORMATION

Titre du séminaire choisi :

Date(s) : Session : Code : Prix :

Comment avez-vous connu cette formation ? Courriel ☐ Web Brochure ☐ Publicité presse ☐

DRH ☐ Autre :

ENTREPRISE OU ORGANISME DU PARTICIPANT

Nom entreprise : Privé ☐ Public ☐

Raison social.....

Adresse.....

Code Postal : Ville Pays : Téléphone :

Site Internet : http://.....Fax :

Effectif de l'établissement :

CACHET DE L'ENTREPRISE

SIGNATURE

Nom :

Prénom :

Fonction :

Date :

Signature.....

SUPREME COMPAGNY

contact@supremecompagny.com

Cocody Angré 7e Tranche

Tel: 07 43 30 68 / 44 11 11 72

www.supremecompagny.com

