

NOS FORMATIONS GENERIQUES



SOMMAIRE

NOS FORMATIONS GENERIQUES

➤ ACCUEIL / ASSISTANTE	P 9
➤ COMMUNICATION	P 13
➤ COMPTABILITE	P 18
➤ DEVELOPPEMENT PERSONNEL	P 21
➤ INFORMATIQUE	P 31
➤ MANAGEMENT	P 37
➤ PUBLICITE	P 47
➤ RH / FORMATION	P 50
➤ VENTE	P 56

NOS FORMATIONS SUR MESURE / INTRA ENTREPRISE	P 123
--	-------

BULLETIN D'INSCRIPTION	P 129
------------------------	-------

NOS FORMATIONS GENERIQUES

ACCUEIL / ASSISTANTE

- L'ACCUEIL AU TÉLÉPHONE
- LES METIERS DU SECRETARIAT
- AMELIORER L'EFFICACITE DE VOTRE ORGANISATION ADMINISTRATIVE ET COMPTABLE

COMMUNICATION

- LA CONDUITE ET L'ANIMATION DE RÉUNION
- LA PRISE DE PAROLE EN PUBLIC
- LES ENTRETIENS EN FACE A FACE

COMPTABILITE

- SAVOIR LIRE ET ANALYSER LE BILAN DE L'ENTREPRISE
- S'INITIER A LA PRATIQUE COMPTABLE

DEVELOPPEMENT PERSONNEL

- GERER SON PATRIMOINE
- LA RETRAITE : MODE D'EMPLOI ET SOLUTIONS
- DECOUVRIR ET MAITRISER LES INVESTISSEMENTS IMMOBILIERS
- DECOUVRIR ET MAITRISER LES PLACEMENTS FINANCIERS
- MANAGER SON TEMPS ET SES PRIORITES
- COMMUNICATION ET THÉÂTRE
- LA GESTION DU TEMPS ET DU STRESS
- PRÉPARATION À LA RETRAITE

INFORMATIQUE

- MAITRISER POWERPOINT
- WORD INITIATION
- CREER SON BLOG
- CREER SON SITE INTERNET

MANAGEMENT

- LES BASES D'UN MANAGEMENT EFFICACE
- CYCLE MANAGEMENT
- LE MANAGEMENT PAR OBJECTIFS
- SAVOIR MOTIVER
- MANAGER ET COACHER SES COLLABORATEURS
- CONDUIRE ET GERER LE CHANGEMENT
- PREVENIR ET GERER LES CONFLITS
- MAITRISER LA GESTION DE PROJET

PUBLICITE

- CONCEVOIR SA PUBLICITE
- MARKETING DIRECTS ET MAILINGS PERFORMANTS

RH / FORMATION

- SAVOIR RECRUTER
- LA REFORME DE LA FORMATION, LE DIF
- LES ENTRETIENS ANNUELS ET PROFESSIONNELS
- FORMATION DE FORMATEUR

VENTE

- UNE PROSPECTION EFFICACE
- MIEUX CONNAÎTRE ET GÉRER SON PORTEFEUILLE CLIENT
- ACTION VENTE: DU PROSPECT AU CLIENT
- L'ACCUEIL ET LA VENTE EN MAGASIN
- VENDRE A DOMICILE
- LA VENTE PAR TELEPHONE
- LE PAC: ÉTABLIR SON PLAN D'ACTION COMMERCIALE



ACCUEIL / ASSISTANTE

- L'ACCUEIL AU TÉLÉPHONE
- LES METIERS DU SECRETARIAT
- AMELIORER L'EFFICACITE DE VOTRE ORGANISATION ADMINISTRATIVE ET COMPTABLE

L'ACCUEIL AU TÉLÉPHONE

« Qu'il soit exceptionnel ou quotidien, l'entretien téléphonique est un acte professionnel qui véhicule l'Image de Marque de soi-même et de son entreprise »

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Secrétaires-standardistes 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Exposés, échanges, débats ➤ Jeux de rôle, simulations ➤ Enregistrement et analyse des exercices pratiques de simulations d'appels téléphoniques tout au long de la formation.
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <p>Cette formation doit permettre aux participants de :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Revoir leurs comportements au téléphone ➤ D'améliorer la qualité de l'accueil au téléphone ➤ S'entraîner aux techniques d'entretien par téléphone ➤ Savoir renseigner ➤ Faire face aux interlocuteurs et aux situations difficiles 	<p>DUREE : 2 journées, soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 11 et 12 Mai à Vichy ou Clermont Ferrand ➤ 15 et 16 Juin à Vichy ou Clermont Ferrand <p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 250 € par jour / participant soit 500 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>L'ACCUEIL TELEPHONIQUE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Le rôle de l'accueil : détermination des tâches attribuées, listage par ordre d'importance et de priorité ➤ Les formules de présentation, le sourire, la voix, le ton, l'articulation, le débit et le volume ➤ L'organisation, ➤ La gestion de l'attente ➤ Faire face aux situations conflictuelles ➤ Faire patienter, calmer, renseigner 	<p>L'ENTRETIEN TÉLÉPHONIQUE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ L'écoute « active » ➤ Le questionnement efficace ➤ Les expressions positives ➤ Les imperfections ou défauts à éviter : <ul style="list-style-type: none"> ○ dans la présentation ○ dans l'élocution ○ dans les expressions et le vocabulaire ➤ La transformation des réponses d'une façon positive ➤ L'adaptation à son interlocuteur ➤ La réponse aux objections ➤ La reformulation ➤ Savoir conclure ➤ Entraînement téléphonique <p>LA GESTION DES SITUATIONS ET DES INTERLOCUTEURS DIFFICILES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Identifier les types d'interlocuteurs : angoissés, agressifs, mécontents, impatients, ➤ Désamorcer les tensions ➤ Attitudes face à la manipulation ou la séduction

LES METIERS DU SECRETARIAT

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Assistantes et secrétaires PME/PMI 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Essentiellement basée sur le vécu professionnel des stagiaires avec discussion critique des améliorations à apporter ➤ Études de cas pratiques et mise en place d'objectifs d'amélioration entre les séances
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <p>Permettre aux participantes de maîtriser les techniques fondamentales d'organisation en ce qui concerne :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ L'organisation du travail au quotidien ➤ Le suivi des dossiers clients et leur classement "papier" et informatique ➤ La prise de notes et le suivi des messages téléphoniques ➤ La circulation des informations aux personnes concernées ➤ Le secrétariat classique ➤ Renforcement de la communication en interne avec les différents services ➤ Organisation de façon à développer leur capacité à prendre des initiatives 	<p>DUREE : 2 journées, soit 14 heures de formation</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 4 et 5 Mai à Vichy ou Clermont Ferrand <p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 250 € par jour / participant soit 500 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>L'ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Savoir organiser son espace de travail ➤ Se doter d'un système d'information répondant aux priorités <p>L'ORGANISATION DE TRAVAIL AU QUOTIDIEN</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Évaluer son temps réel au regard de son rôle et de sa Mission ➤ Déterminer les écarts et en identifier les causes ➤ Choisir les points à améliorer et s'y tenir ➤ Ménager une juste place pour les imprévus ➤ Distinguer l'important de l'urgent ➤ Gérer vraiment son agenda <p>LA GESTION DES PRIORITES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Savoir gérer les "piles" de documents et apprendre à les classer ➤ La technique de l'ACTE : Agir, Classer, Transmettre, Éliminer 	<p>LE SUIVI DES DOSSIERS CLIENTS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Système de classement "papier" et informatique "facile" pour tous en cas d'absence ➤ Système de consultation et de relance ➤ Honorer ses engagements, respecter les délais, informer les personnes concernées et suivre les affaires à long terme <p>LA PRISE DE NOTES ET LE SUIVI</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Savoir prendre des notes téléphoniques : les techniques et les systèmes d'enregistrement ➤ Savoir transmettre les messages dans l'ordre des priorités et des urgences ➤ Savoir suivre et relancer pour soi-même et les personnes pour lesquelles on travaille

AMELIORER L'EFFICACITE DE VOTRE ORGANISATION ADMINISTRATIVE ET COMPTABLE

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <p>Toute personne voulant acquérir une méthode performante d'organisation administrative et comptable :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dirigeants d'entreprises ➤ Secrétaires et comptables 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Exposé des principes d'une organisation efficace ➤ Echanges avec les participants sur leur organisation actuelle ➤ Travail sur la façon de rendre leur organisation plus performante
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ A l'issue de cette formation, être à même de mettre en place une méthode d'organisation administrative et comptable efficace. 	<p>DUREE : 2 journées (2 x 1 Jour), soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 21 et 28 Juin à Vichy ou Clermont Ferrand
	<p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 250 € par jour / participant soit 500 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>PRINCIPES GENERAUX D'UNE ORGANISATION EFFICACE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Aspects légaux ➤ Aspects juridiques ➤ Sécurité ➤ Archivage <p>INVENTAIRE DES DOCUMENTS ET INFORMATIONS CONCERNEES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Documents à caractère permanent ➤ Documents à caractère annuel 	<p>ANALYSE DES PROCEDURES ET CIRCUITS D'INFORMATION D'UNE ENTREPRISE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Achats ➤ Ventes ➤ Trésorerie ➤ Caisse <p>AVANTAGES DUNE ORGANISATION EFFICACE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Gain de temps ➤ Sécurité ➤ Amélioration de la gestion <p>CAS PRATIQUES DE SYNTHESE</p> <p>L'aspect pratique sera traité avec un exemple de kit d'organisation.</p> <p>CONCLUSION / EVALUATION</p>



- LA CONDUITE ET L'ANIMATION DE RÉUNION
- LA PRISE DE PAROLE EN PUBLIC
- LES ENTRETIENS EN FACE A FACE

LA CONDUITE ET L'ANIMATION DE RÉUNION

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Personnel d'encadrement, techniciens devant animer des réunions d'information, de présentation commerciale, d'expression des salariés, de formation interne, des débats, colloques et conférences,... 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <p>Très actives, elles s'appuient sur des échanges d'expériences et sur des mises en situation :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Simulation d'animation de mini-réunions ➤ Puis analyse et apports de conseils techniques
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Développer et améliorer les capacités de communication des participants ➤ Expérimenter des techniques et des outils pratiques pour faciliter la participation et l'expression "du public" ➤ Accroître la flexibilité des "orateurs" ➤ Améliorer la "productivité" des réunions 	<p>DUREE : 2 journées, soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 16 et 17 Mars à Vichy ou Clermont Ferrand ➤ 4 et 5 Octobre à Vichy ou Clermont Ferrand
	<p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>LES MOYENS DE COMMUNICATION VERBALE APPLIQUÉS À LA CONDUITE DE RÉUNIONS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Discerner : les faits, les opinions et les sentiments, les indifférences ➤ L'écoute, la reformulation, les questions ➤ La réponse aux objections ➤ L'attitude de compréhension ➤ L'analyse de ses réactions en cas d'opposition ou de conflit ➤ Les méthodes démonstratives, participatives <p>LES TECHNIQUES DE LA PRISE DE PAROLE EN PUBLIC</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La voix <ul style="list-style-type: none"> ○ Connaissance de sa voix, diction ○ Débit verbal, respiration ➤ L 'approche non verbale <ul style="list-style-type: none"> ○ Le corps, les attitudes, les gestes ○ Le visage, le regard 	<p>LA PRÉPARATION DE LA RÉUNION</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les sujets à aborder ➤ Le temps imparti, le "conducteur" ➤ Les interventions organisées ➤ Les outils et le matériel <p>LA RÉUNION</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Accueil ➤ Savoir attirer l'attention et susciter l'intérêt ➤ Faire participer ➤ Faire adhérer ➤ Conclure ➤ Le compte-rendu ➤ L'évaluation de la réunion

L A PRISE DE PAROLE EN PUBLIC

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Toute personne désirant devenir améliorée sa prise de parole en public et devenir un vrai communicant 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Très actives, elles s'appuient sur des échanges d'expériences et sur des mises en situation ➤ Analyse et apports de conseils techniques
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Développer et améliorer les capacités de communication des participants par des techniques simples permettant de mieux se faire comprendre 	<p>DUREE : 2 journées, soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 6 et 7 Avril à Vichy ou Clermont Ferrand
	<p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>LA COMMUNICATION</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Schéma de la communication ➤ La déperdition du message ➤ Positiver et argumenter l'information ➤ Faire passer un message ➤ Les typologies d'interlocuteurs : <ul style="list-style-type: none"> ○ La pyramide de Maslow ○ Le SONCAS <p>LES TECHNIQUES DE LA PRISE DE PAROLE EN PUBLIC</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Diction ➤ Connaissance de sa voix ➤ Respiration ➤ Pose de la voix ➤ Débit verbal 	<p>L'APPROCHE NON VERBALE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Le corps ➤ Les attitudes ➤ Les gestes ➤ Découverte corporelle ➤ Le visage ➤ Le regard <p>LA MISE EN PRATIQUE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Vidéo ➤ Analyses et axes de progression

LES ENTRETIENS EN FACE A FACE

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dirigeant, responsable de service, responsable d'équipe, toute personne ayant des responsabilités hiérarchiques 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alternance des apports théoriques ➤ Applications pratiques ➤ Mise en situation d'entretiens en face à face
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Renforcer leurs capacités de communication ➤ Simuler et stimuler les différentes étapes de l'entretien en face à face (vidéo) ➤ Renforcer les certitudes concernant l'importance des entretiens en face à face 	<p>DUREE : 2 journées, soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 12 et 13 Avril à Vichy ou Clermont Ferrand ➤ 8 et 9 Novembre à Vichy ou Clermont Ferrand
	<p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>COMMUNIQUER</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ L'empathie ➤ L'écoute et la maîtrise de l'entretien ➤ Les typologies de collaborateurs <p>LES DIFFERENTS TYPES D'ENTRETIENS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les généralités ➤ Faire passer une idée, un ordre ➤ Les entretiens de formation ➤ Fixer un objectif ➤ Le non constructif ➤ Féliciter ➤ Critiquer, réprimander, recadrer ➤ Les 8 règles d'or 	<p>LES COMPORTEMENTS DU RESPONSABLE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Lors de l'invitation ou de la convocation du collaborateur ➤ Lors de l'accueil de ce collaborateur ➤ Pendant l'entretien et lors de l'utilisation des documents ➤ Lors de la clôture de l'entretien et de la prise de congés ➤ Training vidéo

AUTRES SUGGESTIONS

MANAGEMENT

- LES BASES D'UN MANAGEMENT EFFICACE
- CYCLE MANAGEMENT
- LE MANAGEMENT PAR OBJECTIFS
- SAVOIR MOTIVER
- MANAGER ET COACHER SES COLLABORATEURS
- CONDUIRE ET GERER LE CHANGEMENT

- PREVENIR ET GERER LES CONFLITS
- MAITRISER LA GESTION DE PROJET

RH / FORMATION

- SAVOIR RECRUTER
- LES ENTRETIENS ANNUELS ET PROFESSIONNELS
- FORMATION DE FORMATEUR



COMPTABILITE

- SAVOIR LIRE ET ANALYSER LE BILAN DE L'ENTREPRISE
- S'INITIER A LA PRATIQUE COMPTABLE

SAVOIR LIRE ET ANALYSER LE BILAN DE L'ENTREPRISE

Les 7 secrets d'un bon bilan

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Toute personne ayant accès à l'information financière principalement "non comptables" : <ul style="list-style-type: none"> - Chefs d'entreprises - Repreneurs 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Apports théoriques illustrés par des études de cas pratiques
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Savoir interpréter et exploiter les informations fournies par la lecture d'un bilan 	<p>DUREE : 1 journée, soit 7 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 26 Janvier à Vichy ou Clermont Ferrand ➤ 31 Mai à Vichy ou Clermont Ferrand <p>TARIF : 250 € par jour / participant (Organisme non assujetti à la TVA)</p>
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>Lequel d'entre nous n'a pas un jour été confronté au problème de la lecture et de la compréhension :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ De son propre bilan ? ➤ De celui d'un de ses concurrents ? ➤ De celui d'un client important ? <p>COMMENT SE PROCURER UNE INFORMATION FINANCIERE FIABLE SUR LES PARTENAIRES ET CONCURRENTS DE VOTRE ENTREPRISE</p>	<p>COMMENT INTERPRETER CES DOCUMENTS A PARTIR DE REPERES SIMPLES :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Le bilan ➤ Le compte de résultat ➤ L'annexe aux comptes annuels <p>LES CLES DE L'ANALYSE FINANCIERE</p>

S'INITIER A LA PRATIQUE COMPTABLE

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Toute personne ne possédant qu'une formation initiale réduite en comptabilité et voulant acquérir une vue d'ensemble de la pratique comptable : ➤ Aides comptables sans formation théorique ➤ Employés administratifs et secrétaires appelés à remplir des fonctions comptables 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Découverte des rouages de l'entreprise ➤ Etude des divers types d'opérations comptables par apports théoriques et cas pratiques s'inspirant très concrètement de la réalité professionnelle d'un aide-comptable dans les entreprises d'aujourd'hui
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Maîtriser les techniques comptables de base et la comptabilisation des opérations courantes : achats, ventes, trésorerie, TVA, paie 	<p>DUREE : 3 journées, soit 21 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 6 ,7 et 8 Avril à Vichy ou Clermont Ferrand
	<p>TARIF : 300 € par jour / participant soit 900 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)</p>
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>ENREGISTREMENT COMPTABLE DES OPERATIONS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Objectifs de la comptabilité ➤ Initiation aux mécanismes comptables ➤ Enregistrement des opérations de vente ➤ Enregistrement des opérations d'achat ➤ Déclaration de TVA ➤ Enregistrement des opérations financières ➤ Enregistrement de la paie et des déclarations sociales ➤ Révision des connaissances acquises 	<p>ANNEXES LA VIE DE L'ENTREPRISE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Principales formes juridiques des entreprises privées ➤ Opérations commerciales ➤ Notions sur la TVA ➤ Opérations financières ➤ Calculs commerciaux et financiers ➤ La correspondance commerciale ➤ Notions de législation sociale ➤ La paie et les charges sociales ou fiscales sur salaires



DEVELOPPEMENT PERSONNEL

- GERER SON PATRIMOINE
- LA RETRAITE : MODE D'EMPLOI ET SOLUTIONS
- DECOUVRIR ET MAITRISER LES INVESTISSEMENTS IMMOBILIERS
- DECOUVRIR ET MAITRISER LES PLACEMENTS FINANCIERS
- MANAGER SON TEMPS ET SES PRIORITES
- COMMUNICATION ET THÉÂTRE
- LA GESTION DU TEMPS ET DU STRESS
- PRÉPARATION À LA RETRAITE

GERER SON PATRIMOINE

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Artisans, commerçants, salariés, toute personne désirant optimiser ses revenus à la retraite 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Afin d'être la plus opérationnelle possible la formation alterne apports théoriques, et exemples pratiques
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Comprendre le fonctionnement général ➤ Maîtriser les données techniques ➤ Connaître les produits financiers. ➤ Connaître les produits immobiliers ➤ Comprendre le fonctionnement du cadre fiscal ➤ Analyser objectivement les solutions existantes par des cas concrets ➤ Réaliser un bilan individuel de sa situation et définir une stratégie patrimoniale personnalisée 	<p>DUREE : 2 journées soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ A Vichy ou Clermont Ferrand (Nous consulter) <p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 150 € par jour / participant soit 300 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>LE PATRIMOINE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les différentes phases patrimoniales ➤ Epargne de court terme ➤ Epargne de moyen terme ➤ Epargne de long terme ➤ L'organisation du patrimoine ➤ Les 4 grandes familles de placements <p>RAPPEL SUR FONCTIONNEMENT DE LA FISCALITE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Impôt sur le revenu ➤ Les 3 modes de défiscalisation <p>LES VALEURS MOBILIERES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les obligations, les actions, les O.P.C.V.M. ➤ Les F.I.P. et les F.C.P.I. <p>L'ASSURANCE VIE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Présentation des conditions de souscription de l'assurance-vie ➤ Mode d'emploi technique 	<p>LES FISCALITES IMMOBILIERES S</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les raisons sociales, économiques et les besoins actuels et futurs ➤ Les différents dispositifs : Dispositif Scellier, LMNP/ LMP, Demessine, Girardin Malraux / Monuments Historiques ➤ Les conditions d'application ➤ Les avantages et les inconvénients ➤ Le décompte financier <p>AUTO BILAN PATRIMONIAL INDIVIDUEL ET SOLUTIONS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Immobilières ➤ Financières

LA RETRAITE : MODE D'EMPLOI ET SOLUTIONS

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Artisans, commerçants, salariés, toute personne désirant optimiser ses revenus à la retraite 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Afin d'être la plus opérationnelle possible la formation alterne apports théoriques, et exemples pratiques
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Comprendre le fonctionnement général ➤ Maîtriser les données techniques ➤ Apporter des solutions 	<p>DUREE : 1 journée soit 7 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ A Vichy ou Clermont Ferrand (Nous consulter)
	<p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 150 € par jour / participant <p>(Organisme non assujetti à la TVA)</p>
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>RAPPELS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les différentes phases patrimoniales ➤ Epargne de court terme ➤ Epargne de moyen terme ➤ Epargne de long terme ➤ L'organisation du patrimoine ➤ Les 4 grandes familles de placements <p>LES LIMITES DES REGIMES DE RETRAITE PAR REPARTITION</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Quelles en sont les causes ➤ Pour quelles conséquences <p>LES REGIMES OBLIGATOIRES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Salariés ➤ T.N.S ➤ Les taux de cotisations ➤ Le mode de calcul des droits à la retraite 	<p>LES REGIMES COMPLEMENTAIRES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Salariés ➤ T.N.S ➤ Les taux de cotisations ➤ Le mode de calcul des droits à la retraite <p>LA REVERSION</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Salariés ➤ T.N.S <p>LA RETRAITE PAR CAPITALISATION</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Salariés ➤ T.N.S <p>LES SOLUTIONS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Immobilières ➤ Financières

DECOUVRIR ET MAITRISER LES INVESTISSEMENTS IMMOBILIERS

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Toute personne désirant acquérir une culture immobilière. 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Afin d'être la plus opérationnelle possible la formation alterne apports théoriques, applications pratiques
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Intégrer une culture immobilière ➤ Connaître les autres produits immobiliers et les leviers fiscaux. ➤ Donner des notions sur la transmission, la protection, la retraite. 	<p>DUREE : 1 journée soit 7 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ A Vichy ou Clermont Ferrand (Nous consulter)
	<p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 150 € par jour / participant <p>(Organisme non assujetti à la TVA)</p>
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>LE PATRIMOINE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les différentes phases patrimoniales ➤ L'organisation du patrimoine : Epargne de court terme, moyen terme et de long terme ➤ Les 4 grandes familles de placements ➤ Impôt sur le revenu ➤ Les 3 modes de défiscalisation <p>LE CONTEXTE ACTUEL</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Le marché et les perspectives ➤ L'effet de levier du crédit 	<p>LES INVESTISSEMENTS IMMOBILIERS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les besoins actuels et futurs ➤ Les dispositifs : Scellier, LMNP/ LMP, Demessine <ul style="list-style-type: none"> ○ Les conditions d'application ○ Les avantages / Les inconvénients ○ Le décompte financier ➤ Girardin Malraux / MH <ul style="list-style-type: none"> ○ Les conditions d'application ○ Les avantages / Les inconvénients ○ Le décompte financier ➤ SCPI <ul style="list-style-type: none"> ○ Les conditions d'application ○ Les avantages / Les inconvénients ○ Le décompte financier

DECOUVRIR ET MAITRISER LES PLACEMENTS FINANCIERS

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Toute personne désirant acquérir une culture financière. 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Afin d'être la plus opérationnelle possible la formation alterne apports théoriques, applications pratiques
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Intégrer une culture financière ➤ Connaître les autres produits financiers. ➤ Maîtriser le domaine financier 	<p>DUREE : 1 journée soit 7 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ A Vichy ou Clermont Ferrand (Nous consulter) <p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 150 € par jour / participant <p>(Organisme non assujetti à la TVA)</p>
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>LES DIFFERENTS TYPES DE PLACEMENTS FINANCIERS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les différentes phases patrimoniales ➤ L'organisation du patrimoine ➤ Les 4 grandes familles de placements ➤ Impôt sur le revenu <p>LE FONCTIONNEMENT DE CHAQUE PLACEMENT FINANCIER</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Epargne de court terme ➤ Epargne de moyen terme ➤ Epargne de long terme 	<p>RAPPEL SUR LES VALEURS MOBILIERES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les obligations ➤ Les actions ➤ Les O.P.C.V.M. ➤ Les F.I.P. et les F.C.P.I. <p>L'ASSURANCE VIE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Présentation des conditions de souscription de l'assurance-vie ➤ Mode d'emploi technique

MANAGER SON TEMPS ET SES PRIORITES

Obtenir rapidement des performances dans l'organisation de son temps personnel et du travail collectif par la mise en œuvre de nouveaux réflexes simples et pratiques

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Manager, Collaborateur ➤ Binôme Assitante/Manager ➤ Equipe de travail 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pédagogie essentiellement active, basée sur des apports théoriques et des mises en situation
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ne plus subir le temps ➤ Définir ses vrais objectifs et les choix qui s'imposent ➤ Recenser les tâches à effectuer, définir ses priorités et les planifier dans sa gestion du temps ➤ Assurer la rentabilité d'une organisation logique de la communication et d'un stockage dynamique de l'information 	<p>DUREE : 2 journées, soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 22 et 23 Mars à Vichy ou Clermont Ferrand ➤ 4 et 5 Mai à Vichy ou Clermont Ferrand <p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 250 € par jour / participant soit 500 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>LE TEMPS...</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Gérer ses émotions et la perception du temps ➤ Ma relation à l'urgence ➤ Comment passer de la gestion du temps à l'optimisation du temps ? ➤ Les différents outils de la gestion du temps – leurs avantages et inconvénients ➤ Organiser son espace de travail pour éviter ou mieux évacuer le stress ➤ Planifier ses actions et garder une marge d'adaptabilité ➤ Plan de journée, plan de semaine et aléas : définir les priorités. Devenir réaliste ➤ Gérer les interruptions au quotidien ➤ Savoir dire NON 	<p>LES PRIORITES...</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Se doter d'une vision réaliste de sa mission réelle et recensement des tâches prioritaires ➤ Les tâches répétitives et systématiques ➤ Les travaux occasionnels ➤ Les temps « morts », les temps gâchés et les temps perdus ➤ Les tâches et temps utiles et inutiles ➤ La distinction de l'urgent et de l'important, les vrais critères de hiérarchisation <p>QUELLES SONT MES PRIORITES ET POUR QUELS OBJECTIFS ?</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Priorités et harmonie de vie, ou l'équilibre entre ma vie « du bureau » et ma vie « personnelle »

COMMUNICATION ET THÉÂTRE

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Toute personne désirant devenir un vrai communicant 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dans une ambiance très ouverte et simple ... ➤ Apports d'outils ➤ Pratique de situations ➤ Retour de vécu
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Se rendre disponible pour communiquer ➤ Apprendre à utiliser toutes ses ressources ➤ Devenir acteur de communication 	<p>DUREE : 2 journées (2 x 1 Jour), soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Samedi 20 et 27 mars à Vichy ou Clermont Ferrand ➤ Mercredi 14 et 21 Avril à Vichy ou Clermont Ferrand
	<p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 200 € par jour / participant soit 400 € HT pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>SE RENCONTRER</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dans quel état présent sommes-nous ? Quel objectif pour cette session ? ➤ Présentation réciproque et mise en état de disponibilité ➤ L'humain, la communication et le théâtre ➤ Le Présent et La Présence <p>SE PREPARER</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mise en état de disponibilité ➤ Mise en mouvement du corps ➤ Petits exercices de préparation <p>S'OUVRIR</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Prendre possession du temps ➤ Prendre possession de l'espace ➤ Prendre possession de ses émotions ➤ Prendre possession de ses sensations ➤ Prendre possession de la relation 	<p>SE CRÉER</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ L'acteur, l'auteur et le metteur en scène ... de la communication ➤ L'individu, le professionnel et le personnage ➤ Le corps et la parole ➤ Sur la base d'exercices d'improvisation et de textes : <p>PRENDRE PLAISIR A JOUER, DIRE, EXPRIMER, RACONTER...(lire un conte, jouer une scène, improviser sur un mot, un geste, entrer, sortir, jouer au PDG, au politicien, Etre un homme, une femme, un enfant,)</p> <p>SE DONNER EN SPECTACLE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dans une relation à deux ➤ En petit groupe ➤ Devant un large public <p>ET APRES ?</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Appliquer : La suite immédiate après la session pour chacun...

LA GESTION DU TEMPS ET DU STRESS

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tout personnel désirant maîtriser son «stress» professionnel et personnel par des techniques de gestion de soi 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Questionnaires « tests » sur le stress ➤ Jeux de rôle et simulations de situations « stressantes » ➤ Débats et conseils de l'animateur ➤ Plan d'action individuel d'amélioration d'attitudes et de comportements
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Définir les causes de stress ➤ Analyser les effets du stress et mieux les contrôler ➤ Trouver des solutions adaptées pour retrouver l'équilibre et mieux s'affirmer ➤ et s'organiser dans : <ul style="list-style-type: none"> ○ Son environnement professionnel ○ Sa gestion du temps 	<p>DUREE : 2 journées (2 x 1 Jour), soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 8 et 22 Janvier à Vichy ou Clermont Ferrand <p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 250 € par jour / participant soit 500 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>DEFINITION DU STRESS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les facteurs de stress ➤ Les causes profondes de stress (gestion du temps, organisation, gestion des priorités) ➤ Inventaire des causes et des niveaux de stress en identifiant les actions à caractère « stressant justifié » ➤ Inventaire des forces et faiblesses de chacun <p>LES SOLUTIONS DE MAITRISE DU STRESS ET DU TEMPS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Se doter d'une vision réaliste de sa mission réelle et recensement des tâches prioritaires ➤ Les tâches répétitives et systématiques ➤ Les travaux occasionnels ➤ Les temps « morts », les temps gâchés et les temps perdus ➤ Les tâches et temps utiles et inutiles ➤ La distinction de l'urgent et de l'important, les vrais critères de hiérarchisation 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Utiliser des outils adaptés : les différents outils de la gestion du temps – leurs avantages et inconvénients ➤ Tenir compte des priorités des autres : les objectifs stratégiques, les objectifs communs et les objectifs personnels ➤ Identifier les fausses urgences ➤ Gérer ses émotions et la perception du temps ➤ Savoir dire « non » sans froisser ➤ Différer à un moment ultérieur précis – prendre date ➤ Se fixer des objectifs de progrès : <ul style="list-style-type: none"> ○ choisir des axes de progrès prioritaires ○ Organiser son espace de travail pour éviter ou mieux évacuer le stress ○ Planifier ses actions et garder une marge d'adaptabilité

PRÉPARATION À LA RETRAITE

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Toute personne prévoyant de partir à la retraite ou venant juste de prendre sa retraite. 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Réflexion individuelle et en sous groupe ➤ Exercices de remise en énergie ➤ Les exercices permettent à chaque participant de développer son projet de retraite
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Connaître les différents paramètres qu'implique le départ à la retraite. ➤ Identifier et accompagner les différentes phases émotionnelles du passage à la retraite. ➤ Envisager la retraite comme un événement touchant la globalité de la personne et ayant des incidences personnelles, familiales et sociales, afin de développer un projet personnel réaliste et stimulant. ➤ Responsabiliser et informer le futur retraité quand à la prise en charge des changements à opérer. 	<p>DUREE : 2 journées (2 x 1 Jour), soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 12 et 19 Mars à Vichy ou Clermont Ferrand <p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 200 € par jour / participant soit 400 € HT pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>PRISE DE CONSCIENCE DE LA SITUATION</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Comprendre ce que signifie « retraite ». ➤ Prendre conscience de la situation de changement. ➤ Auto-bilan de l'estime de soi. ➤ Phase de préparation aux changements ➤ Préparation du départ. ➤ Autoévaluation de carrière. ➤ Transmission. <p>RECONNAISSANCE DES BESOINS POUR CE NOUVEAU CHAPITRE DE VIE.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Travail sur la pyramide de Maslow. ➤ Etablir des nouveaux critères de communication. ➤ Etablir les nouvelles règles au sein du couple, de la famille. 	<p>REVES ET REALISATIONS FUTURES.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Introduire la notion de futur. ➤ Les facultés de projection dans l'avenir. ➤ Hyperactivité et passivité. ➤ Gestion constructive du temps. ➤ Ebauche du projet pour cette nouvelle vie <p>MISE EN ACTION</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Planification ➤ Suivi/évaluation

AUTRES SUGGESTIONS

COMMUNICATION

- LA CONDUITE ET L'ANIMATION DE RÉUNION
- LA PRISE DE PAROLE EN PUBLIC
- LES ENTRETIENS EN FACE A FACE

COMPTABILITE

- SAVOIR LIRE ET ANALYSER LE BILAN DE L'ENTREPRISE
- S'INITIER A LA PRATIQUE COMPTABLE

CREATEURS / DIRIGEANTS D'ENTREPRISES

- CREEZ VOTRE ENTREPRISE AVEC SUCCES

INFORMATIQUE

- MAITRISER POWERPOINT
- WORD INITIATION
- CREER SON BLOG
- CREER SON SITE INTERNET
- INITIATION PHOTOSHOP

MANAGEMENT

- LES BASES D'UN MANAGEMENT EFFICACE
- CYCLE MANAGEMENT
- LE MANAGEMENT PAR OBJECTIFS
- SAVOIR MOTIVER
- MANAGER ET COACHER SES COLLABORATEURS
- CONDUIRE ET GERER LE CHANGEMENT
- PREVENIR ET GERER LES CONFLITS
- MAITRISER LA GESTION DE PROJET

FORMATION

- FORMATION DE FORMATEUR



INFORMATIQUE

- WORD INITIATION
- MAITRISER POWERPOINT
- CREER SON BLOG
- CREER SON SITE INTERNET
- INITIATION PHOTOSHOP

WORD INITIATION

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Toute personne désirant s'initier à Word <p>PRE-REQUIS</p> <p>Connaître l'environnement Windows</p>	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alternance des apports théoriques ➤ Applications pratiques
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pratiquer les fonctions usuelles de Word en vue de réaliser des documents de qualité professionnelle 	<p>DUREE : 2 journées, soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ A Vichy ou Clermont Ferrand (nous consulter)
	<p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 250 € par jour / participant soit 500 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>PRESENTATION DE WORD</p> <p>GESTION DES FICHIERS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ouvrir, fermer et enregistrer un fichier ➤ Créer un nouveau document ➤ Insérer et imprimer un fichier <p>SAISIE ET MODIFICATION DE TEXTE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Saisir du texte au km ➤ Savoir se déplacer dans le texte ➤ Sélectionner du texte ➤ Copier supprimer ou restituer du texte ➤ Modifier les caractères du texte ➤ Utiliser un correcteur orthographique ➤ Rechercher et remplacer une mise en forme 	<p>MISE EN FORME DE DOCUMENTS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Maîtriser la mise en forme caractères et paragraphes ➤ Appliquer et changer une puce par défaut ➤ Mettre des encadrés de texte ou de paragraphes ➤ Insérer une date ➤ Insérer des caractères spéciaux <p>MISE EN PAGE DE DOCUMENTS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Utiliser des sections et les marges ➤ Modifier l'orientation du papier ➤ Créer une entête et/ou un pied de page <p>LES TABLEAUX</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Créer un tableau ➤ Modifier l'alignement, l'apparence, la hauteur ➤ Ajouter ou supprimer un rang ou une colonne ➤ Fusionner des cellules / Diviser des cellules

MAITRISER POWERPOINT

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Toute personne désirant s'initier à Powerpoint <p>PRE-REQUIS</p> <p>Connaître l'environnement Windows et Word</p>	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alternance des apports théoriques ➤ Applications pratiques
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pratiquer les fonctions usuelles ➤ Créer une présentation en utilisant les fonctions de Powerpoint 	<p>DUREE : 2 journées, soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ A Vichy ou Clermont Ferrand (nous consulter) <p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 250 € par jour / participant soit 500 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>PRESENTATION DE POWERPOINT</p> <p>CREATION D'UNE PAGE DE PRESENTATION</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Créer une diapositive ➤ Modifier du texte ➤ Ajouter des images ➤ Mettre en forme une image ➤ Imprimer une diapositive <p>REALISATION DUNE PRESENTATION TEXTE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Créer une présentation ➤ Saisir le texte ➤ Aligner du texte ➤ Mettre en forme du texte ➤ Réorganiser le texte ➤ Imprimer une présentation 	<p>PRESENTATION D'INFORMATIONS CHIFFREES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Créer un graphique ➤ Mettre en forme un graphique ➤ Modifier les données du graphique ➤ Compléter un graphique ➤ Importer des données d'Excel ➤ Modifier les données d'Excel ➤ Actualiser le graphique ➤ Changer le type de graphique <p>PERSONNALISATION DUNE PRESENTATION</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Modifier l'aspect général ➤ Personnaliser la diapositive de titre ➤ Définir le fond des diapositives ➤ Insérer un en-tête et un pied de page ➤ Vérifier une présentation ➤ Enregistrer un modèle ➤ Contrôler l'apparition des niveaux des textes

CREER SON BLOG

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Personne désireuse de créer son Blog <p>PRÉ-REQUIS : Maitriser Windows et Word</p>	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alternance des apports théoriques ➤ Applications pratiques sur son projet
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Créé son blog via le site blogspot 	<p>DUREE : 1 journée, soit 7 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 15 Mars à Vichy ou Clermont Ferrand <p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 250 € par jour / participant (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>INTRODUCTION</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Notion de site internet (statique dynamique) ➤ Image numérique ➤ Pourquoi un blog ? ➤ Définition stratégique du contenu <p>CREATION D'UN BLOG</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ouverture du compte chez blogger ➤ Découverte de l'interface ➤ Personnalisation du look de son site ➤ Mise en page ➤ Ajout de billets ➤ Intégration des différents Média : insérer une image, une vidéo, un élément en flash (balise embed) ➤ Enregistrement/Publication 	<p>SQUELETTE \ TEMPLATE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Présentation des squelettes de sites Blogger (liens, sites etc...) ➤ Qu'est ce que le Xml pour un squelette de site Blogger ➤ Héberger ses photos pour des liens Xml sur son BLOG. <p>PARAMETRAGE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Gestion des archives, commentaires, restreindre les commentaires ➤ Flux d'actualisation ➤ Les autorisations : autoriser un auteur pour un blog administrable par plusieurs personnes ➤ Email ➤ <p>GOOGLE ANALYTICS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ paramétrer Google Analytics pour avoir des statistiques complètes du trafic sur votre BLOG

CREER SON SITE INTERNET

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Personne désireuse de créer son site professionnel ou personnel <p>PRÉ-REQUIS : Maitriser Windows et Word</p>	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alternance des apports théoriques ➤ Applications pratiques sur son projet
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Définir et concevoir un site. ➤ Créer des pages Web. ➤ Mettre en page les textes et les images. ➤ Créer des liens hypertextes. ➤ Publier un site en ligne 	<p>DUREE : 2 journées, soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 7 et 14 Juin à Vichy ou Clermont Ferrand ➤ 22 et 29 Juin à Vichy ou Clermont Ferrand <p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 250 € par jour / participant soit 500 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>CREER UN SITE WEB</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Déposer un nom de domaine. ➤ Trouver un hébergeur pour son site. ➤ Définir l'arborescence. ➤ Organiser les contenus. ➤ Structurer la navigation. <p>CONCEVOIR LES PAGES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Acquérir les bases techniques du HTML. ➤ Utiliser un logiciel de mise en page Web. ➤ Créer les pages de son site. <p>INSERER DES LIENS HYPERTEXTES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Entre les pages de votre site. ➤ Vers d'autres sites. ➤ Vers une messagerie électronique. ➤ Vers des fichiers PDF, son ou vidéo. 	<p>APPLIQUER UNE METHODE DE MISE EN PAGE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Créer la maquette avec les tableaux, les cadres ou les calques. ➤ Connaître la typographie du Web. ➤ Bien utiliser les couleurs. <p>PREPARER ET INTEGRER LES IMAGES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les formats image (GIF et JPEG). ➤ Récupérer et modifier des images. ➤ Les rapports taille/poids et vitesse de chargement. <p>METTRE LE SITE EN LIGNE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Transférer son site via le FTP. ➤ Tester les pages. ➤ Mettre à jour le site.

INITIATION PHOTOSHOP

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Toute personne désireuse de s'initier au traitement d'images avec Photoshop 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alternance des apports théoriques et applications pratiques ➤ Les exercices permettent à chaque participant de pratiquer
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Produire des montages photos simples. ➤ Pouvoir préparer des fichiers destinés à la photogravure ou à l'imprimerie. <p>PRÉ REQUIS :</p> <p>Connaissances de l'environnement Windows.</p>	<p>DUREE : 2 journées, soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 16 et 17 Mars à Vichy ou Clermont Ferrand <p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 250 € par jour / participant soit 500 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>ESPACE DE TRAVAIL</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Personnalisation de l'interface ➤ Affichage des fenêtres <p>LES PIXELS ET LE VECTORIEL</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Différence entre le mode bitmap et le vectoriel ➤ Résolution d'une image ➤ Relation entre résolution du scanner, de l'écran et de l'imprimante <p>PREPARATION DE L'IMAGE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Recadrages et découpes ➤ Nettoyage d'une image ➤ Elargir la zone de travail <p>COLORIMETRIE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Gestion des couleurs ➤ Réglages chromatiques ➤ Travailler une image en noir et blanc ➤ Utiliser les modes de couleur ➤ Travailler et modifier les couleurs d'une image par les niveaux et les courbes de niveaux ➤ Régler les contrastes et gérer l'équilibre des gris ➤ Outil dégradé ➤ Obtention d'une image pour le Web <p>SELECTION</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Masques et détourages ➤ Types de sélections ➤ Détourages spéciaux 	<p>LES OUTILS DE RETOUCHE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les outils de Transformations et déformations ➤ Retoucher l'image en utilisant les outils "goutte d'eau", "doigt" et "tampon" ➤ Retouche et dessin sur une image <p>LES CALQUES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Gestion des calques ➤ Gestion du texte ➤ Effets de calque ➤ Calques de réglages ➤ Masques de fusion <p>LES OUTILS VECTORIEL</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les calques de formes ➤ L'outil plume ➤ Formes personnalisées <p>AUTOMATISATION</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Création de scripts ➤ Traitement par lots ➤ Photomerge <p>EXPORTATION</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Images pour l'imprimeur ➤ Images web et multimédia ➤ Enregistrement des images ➤ Formats d'impression



MANAGEMENT

- LES BASES D'UN MANAGEMENT EFFICACE
- CYCLE MANAGEMENT
- LE MANAGEMENT PAR OBJECTIFS
- SAVOIR MOTIVER
- MANAGER ET COACHER SES COLLABORATEURS
- CONDUIRE ET GERER LE CHANGEMENT
- PREVENIR ET GERER LES CONFLITS
- MAITRISER LA GESTION DE PROJET

LES BASES D'UN MANAGEMENT EFFICACE

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dirigeant, responsable et futurs responsables 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La démarche pédagogique est ludique et participative : les participants sont constamment sollicités pour découvrir et pratiquer les savoir-faire et savoir-être indispensables au management des équipes.
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Cette formation a pour but de travailler tous les aspects du management d'équipes, afin d'acquérir les clefs d'un management efficace et motivant 	<p>DUREE : 2 journées, soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 8 et 9 Mars à Vichy ou Clermont Ferrand ➤ 12 et 13 Janvier à Vichy ou Clermont Ferrand ➤ 29 et 30 Novembre à Vichy ou Clermont Ferrand <p>TARIF : 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)</p>
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>LES BASIQUES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les 4 phases de l'entreprise ➤ La règle des 20/80 ➤ Les missions du Manager ➤ Recruter, Intégrer, Animer, Former, Contrôler, Montrer, Informer, Gérer ➤ Les fondamentaux ➤ Les règles du jeu comportemental ➤ Les 3 modes de management ➤ Vos tendances (Test) ➤ Les 3 composants de la performance ➤ Nos valeurs et nos référents ➤ Les typologies Individuelles <ul style="list-style-type: none"> ○ Maslow ○ Soncas ➤ Mise en pratique (Analyse d'équipe) <p>LA MOTIVATION</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Le cercle MERCI ➤ Bilan doute / confiance ➤ 10 Moyens de motiver ➤ Echelle de valorisation ➤ Les signes de la motivation et de la démotivation ➤ La pression d'enjeu et de moyen ➤ Mise en pratique (Motiver son équipe : plan d'action) 	<p>LES OUTILS DU MANAGER</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ L'assertivité (Test) ➤ Le Pouvoir du manager ➤ Etre Leader ➤ Les 4 phases du Leadership ➤ Les 7 conditions d'un management efficace ➤ Développement de chaque condition <p>LA BOITE A OUTILS MANAGERIALE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les règles du jeu ➤ Le non constructif ➤ Sanction ➤ Traitement de l'erreur ➤ Recadrage ➤ La reprise d'autorité ➤ Mise en pratique (Tableaux des erreurs et des fautes) <p>LA COMMUNICATION</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Schéma ➤ Déperdition du message ➤ La communication non verbale ➤ Donner du sens EECC ➤ Mise en pratique ➤ Les directives MPDC ➤ Mise en pratique

CYCLE MANAGEMENT

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Cadres et manager 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La formation se concentre sur les aspects concrets et opérationnels de l'animation et du management d'une équipe au quotidien. ➤ La démarche pédagogique est ludique et participative : les participants sont constamment sollicités pour découvrir et pratiquer les savoir-faire et savoir-être indispensables au management des équipes.
<p>OBJECTIFS DU STAGE : Cette formation a pour but de travailler tous les aspects relationnels du management d'équipes :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Développer son assertivité ➤ Se positionner comme leader ➤ Mieux connaître ses collaborateurs ➤ Motiver les personnes et les équipes ➤ Renforcer ses capacités de communication ➤ Maîtriser la gestion de conflit ➤ Accompagner et optimiser les résultats de vos collaborateurs ➤ Réaliser les entretiens annuels d'activité 	<p>DUREE : 3 journées, soit 21 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ A Vichy ou Clermont Ferrand (Nous consulter) <p>TARIF : 300 € par jour / participant soit 900 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)</p>
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>S'AFFIRMER COMME MANAGER</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Analyser avec la méthode PAEI : Produire, Administrer, Entreprendre, Intégrer ➤ Développer son assertivité (test) ➤ La typologie collaborateur : autonomes, anxieux distanciés, enthousiastes ➤ Connaître son style de management : Participatif, directif, persuasif, déléguatif ➤ Motiver son équipe <p>LA COMMUNICATION MANAGÉRIALE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Schéma général de la communication ➤ Les règles de base de la communication ➤ Faire passer une idée, un ordre ➤ Le non constructif ➤ Féliciter, critiquer, réprimander, recadrer ➤ Les 8 règles d'or ➤ Les entretiens en face à face ➤ Les entretiens annuels ➤ Mise en pratique (Vidéo) 	<p>LA CONDUITE DE RÉUNIONS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les techniques de prise de parole en public ➤ Discerner : les faits, les opinions et les sentiments, les indifférences ➤ L'écoute, la reformulation, les questions ➤ La réponse aux objections ➤ L'analyse de ses réactions en cas d'opposition ou de conflit ➤ Les méthodes démonstratives, participatives <p>LA PRÉPARATION DE LA RÉUNION</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les sujets à aborder ➤ Le temps imparti, le "conducteur" ➤ Les interventions organisées ➤ Les outils et le matériel <p>LA RÉUNION</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Accueil, susciter l'intérêt ➤ Faire participer et faire adhérer ➤ Conclure ➤ Le compte-rendu et l'évaluation de la réunion ➤ Training vidéo

LE MANAGEMENT PAR OBJECTIFS

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dirigeants, managers, responsables de service et toutes personnes ayant des responsabilités hiérarchiques 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alternance des apports théoriques ➤ Applications pratiques ➤ Mise en situation
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Accompagner et optimiser les résultats de vos collaborateurs ➤ Identifier les potentiels de vos collaborateurs ➤ Maîtriser la méthodologie et les outils de fixation des objectifs ➤ Évaluer les performances ➤ Agir sur la motivation de ses collaborateurs 	<p>DUREE : 2 journées, soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 8 et 9 Avril à Vichy ou Clermont Ferrand ➤ 15 et 16 Novembre 2010 à Vichy ou Clermont Ferrand
	<p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>LES OBJECTIFS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Le travail par objectifs ➤ Objectif SMAC <p>L'ANALYSE DE LA PERFORMANCE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La performance ➤ Savoir ➤ Vouloir ➤ Pouvoir 	<p>LES 4 CLES DE L'ANALYSE DE LA PERFORMANCE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les contrats de progrès : <ul style="list-style-type: none"> ○ Changement ○ Responsabilisation ○ Développement ○ Formation <p>ATELIER PRATIQUE « COMMENT FIXER LES OBJECTIFS »</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Exercices de mise en pratique

SAVOIR MOTIVER

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dirigeants, managers, responsables de service et toutes personnes ayant des responsabilités hiérarchiques 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alternance des apports théoriques ➤ Applications pratiques ➤ Mise en situation d'entretiens en face à face
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Découvrir les leviers de motivation générale de l'homme ➤ Identifier les sources de motivation de ses collaborateurs ➤ Agir sur la motivation de ses collaborateurs 	<p>DUREE : 2 journées, soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 19 et 20 Avril à Vichy ou Clermont Ferrand
	<p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>LES ENJEUX DE LA MOTIVATION</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Définition ➤ Traductions ➤ Besoins / Désirs ➤ Contribution / Rétribution ➤ Don / contre-don <p>LES NIVEAUX D'IMPLICATION</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Motivation individuelle / motivation collective ➤ Les facteurs de démotivation (facteurs de satisfaction et facteurs d'insatisfaction) ➤ Motivation intrinsèque et motivation extrinsèque <p>LES SIGNES DE RECONNAISSANCE (POSITIFS / NEGATIFS)</p>	<p>LES BESOINS PSYCHOLOGIQUES ET BESOINS PHYSIOLOGIQUES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sentiment de compétence ➤ Sentiment d'autonomie ➤ Perception de contrôle de son environnement ➤ Perception d'une différenciation positive <p>LA REMUNERATION</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La rémunération comme outil ➤ Le salaire fixe ➤ L'augmentation générale ➤ La prime d'ancienneté ➤ Salaire variable ➤ Prime collective <p>LA FORMATION</p> <p>LES REGLES D'OR DU MANAGEMENT</p>

MANAGER ET COACHER SES COLLABORATEURS

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dirigeants, managers, responsables de service et toutes personnes ayant des responsabilités hiérarchiques 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alternance des apports théoriques ➤ Applications pratiques ➤ Mise en situation d'entretiens de coaching
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Identifier les potentiels de vos collaborateurs ➤ Maîtriser la méthodologie et les outils de coaching ➤ Évaluer les performances ➤ Accompagner et optimiser les résultats des vos collaborateurs 	<p>DUREE : 2 journées, soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 1et 2 Mars à Vichy ou Clermont Ferrand
	<p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>LA COMMUNICATION MANAGÉRIALE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Schéma général de la communication ➤ Les règles de base de la communication ➤ La synthèse du savoir communiquer ➤ Faire passer une idée, un ordre ➤ Le non constructif ➤ Féliciter ➤ Critiquer, réprimander, recadrer ➤ Les 8 règles d'or <p>L'ACCOMPAGNEMENT</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les objectifs visés par l'accompagnement ➤ Les différents types d'accompagnement ➤ Les freins à l'accompagnement terrain ➤ Vendre l'accompagnement à ses collaborateurs ➤ Fréquence ➤ Planning prévisionnel ➤ Préparation de la journée ➤ La conduite de la journée d'accompagnement <ul style="list-style-type: none"> ○ Le brief ○ Le comportement du coach ○ Le débriefing 	<p>LES CONTRATS DE PROGRÈS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Objectif SMAC ➤ La méthode OPDC ➤ La performance : Savoir, Vouloir, Pouvoir ➤ L'analyse de la performance ➤ Les contrats de progrès <ul style="list-style-type: none"> ○ Changement ○ Responsabilisation ○ Développement ○ Formation ➤ L'engagement individuel post formation

CONDUIRE ET GERER LE CHANGEMENT

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dirigeants, managers, responsables de service et toutes personnes ayant des responsabilités hiérarchiques 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alternance des apports théoriques ➤ Applications pratiques ➤ Temps de réflexion individuels
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Motiver les personnes et les équipes ➤ S'organiser pour répartir et coordonner le travail ➤ Comprendre les réactions suscitées par le changement et ajuster le management de ses collaborateurs ➤ Gérer des situations critiques (faire face aux résistances de ses collaborateurs...) ➤ Articuler son action autour d'étapes clefs, comme l'annonce du changement, l'implication des collaborateurs ou la pérennisation du changement 	<p>DUREE : 2 journées (2 x 1 Jour), soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ A Vichy ou Clermont Ferrand (Nous consulter)
	<p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>COMMUNIQUER AVEC SON EQUIPE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les fondements de relations inter-personnelles satisfaisantes et fructueuses, la maîtrise des techniques de communication constituant la clé d'un management efficace <p>MOTIVER SON EQUIPE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les aspects les plus dynamiques du rôle de leader : ➤ Entraîner, stimuler ➤ Informer, susciter l'intérêt et l'adhésion <p>ORGANISER POUR MANAGER</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dégager des priorités et définir des objectifs ➤ Répartir le travail et déléguer <p>GERER ET CONDUIRE LE CHANGEMENT</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Comprendre le changement ➤ Quelques principes ➤ Manager une rupture 	<p>PHASE 1 :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Comprendre et gérer ses propres émotions ➤ Le besoin de sécurité et l'effet Jokari ➤ L'écoute active <p>PHASE 2 :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Anticiper les impacts et accompagner les résistances ➤ Les 4 attitudes et leur gestion <p>PHASE 3 :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Déterminer un plan d'action ➤ Concevoir un cap et rendre chacun acteur ➤ Motiver chacun sur ses qualités et points forts ➤ Communiquer sur la bonne longueur d'ondes ➤ S'affirmer sans agresser <p>PHASE 4 :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mettre en œuvre et accompagner pour pérenniser ➤ Le séquençement du temps ➤ Présenter un changement ➤ Traiter les objections ➤ Les 2 types de pression ➤ Les modes de suivi ➤ Le bilan de résultats négatifs ➤ Le bilan de résultats positifs

PREVENIR ET GERER LES CONFLITS

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dirigeants, responsables de service, responsables d'équipe, personnel des Ressources Humaines, toute personne ayant des responsabilités hiérarchiques 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Un tour de table des attentes des participants permet d'identifier les besoins et les particularités de chaque participant. Afin d'être la plus opérationnelle possible, la formation alterne apports théoriques, applications pratiques
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Comprendre les mécanismes du conflit ➤ Dissocier l'émotif et le rationnel ➤ Suivre une stratégie positive de résolution de conflit 	<p>DUREE : 2 journées soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 19 et 26 Mai à Vichy ou Clermont Ferrand
	<p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>ANALYSER UN CONFLIT</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les conflits de projet, de principes ou de valeur ➤ Les conflits relationnels <p>CANALISER SES COMPORTEMENTS DANS UN CONFLIT</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Analyser et décomposer la situation ➤ Prendre en compte ses émotions et ses croyances ➤ Tester la bonne foi <p>REPERER LA STRATEGIE DE SON INTERLOCUTEUR</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Saisir le cadre de référence ➤ Observer le non verbal ➤ Pointer les motivations et les bénéfices éventuels ➤ Identifier les jeux psychologiques ➤ Tester la bonne foi 	<p>RAMENER A UNE DISPOSITION POSITIVE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Le recadrage positif ➤ L'humour ➤ Le repositionnement gagnant gagnant <p>RESOUDRE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Comment clarifier et s'assurer des intentions communes ➤ Chercher les points d'accord et les valider ➤ Construire une solution gagnant gagnant ➤ Prendre des engagements concrets

MAITRISER LA GESTION DE PROJET

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Toute personne susceptible de devenir chef de projet. 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alternance des apports théoriques ➤ Applications pratiques
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Se familiariser avec une méthodologie de gestion de projet adaptée aux entreprises PME/PMI ➤ Maîtriser en tant qu'acteur et/ou chef de projet, les éléments permettant d'aborder une conduite de projet avec les meilleures conditions de réussite. ➤ Apprendre à établir un plan de mise en application des démarches actions et projets 	<p>DUREE : 2 journées (2 x 1 Jour), soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ A Vichy ou Clermont Ferrand (Nous consulter)
	<p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>Introduction à la gestion de projet</p> <p>LA GESTION DE PROJET – GENERALITES LES CARACTERISTIQUES D'UNE ACTION ET D'UN PROJET</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La finalité ➤ Les objectifs et résultats attendus ➤ Les enjeux ➤ Notion d'efficience et d'efficacité <p>LA DEMARCHE ACTION ET LA DEMARCHE PROJET</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Différenciation entre action et projet ➤ Démarche action ➤ Démarche projet <p>LA MISE EN ŒUVRE D'UNE GESTION DE PROJET</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Le pilotage d'un projet ➤ la charte de responsabilité ➤ le chef de projet ➤ l'équipe projet ➤ le management d'une équipe 	<p>LES REUNIONS DE PROJET</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ les différentes réunions ➤ les comptes-rendus de réunions <p>LA PLANIFICATION ET LE JALONNEMENT</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Planning et organisation des phases ➤ La gestion du risque ➤ Recommandations ➤ Plan d'action – création d'une démarche ➤ Construction de la démarche ➤ Mise en application de la gestion de projet <p>LES OUTILS SUPPORTS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Adaptation des différents supports (fiches action, cahier des charges...) aux besoins de l'entreprise

AUTRES SUGGESTIONS

COMMUNICATION

- LA CONDUITE ET L'ANIMATION DE RÉUNION
- LA PRISE DE PAROLE EN PUBLIC
- LES ENTRETIENS EN FACE A FACE

COMPTABILITE

- SAVOIR LIRE ET ANALYSER LE BILAN DE L'ENTREPRISE

DEVELOPPEMENT PERSONNEL

- GERER SON PATRIMOINE
- LA RETRAITE : MODE D'EMPLOI ET SOLUTIONS
- DECOUVRIR ET MAITRISER LES INVESTISSEMENTS IMMOBILIERS
- DECOUVRIR ET MAITRISER LES PLACEMENTS FINANCIERS
- MANAGER SON TEMPS ET SES PRIORITES
- LA GESTION DU TEMPS ET DU STRESS

INFORMATIQUE

- MAITRISER POWERPOINT
- WORD INITIATION
- CREER SON BLOG
- CREER SON SITE INTERNET
- INITIATION PHOTOSHOP

RH / FORMATION

- SAVOIR RECRUTER
- LA REFORME DE LA FORMATION, LE DIF
- LES ENTRETIENS ANNUELS ET PROFESSIONNELS
- FORMATION DE FORMATEUR

VENTE

- MIEUX CONNAÎTRE ET GÉRER SON PORTEFEUILLE CLIENT
- LE PAC : ÉTABLIR SON PLAN D'ACTION COMMERCIALE



PUBLICITE

- CONCEVOIR SA PUBLICITE
- MARKETING DIRECTS ET MAILINGS PERFORMANTS

CONCEVOIR SA PUBLICITÉ

LES CLEFS DE L'EFFICACITÉ PUBLICITAIRE

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Chefs d'entreprises, Responsables commerciaux et toutes personnes chargées de la communication même ponctuelle de l'entreprise 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alternance des apports théoriques ➤ Applications pratiques
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Acquérir les bases des règles de la communication publicitaire ➤ Concevoir sa publicité ➤ Analyser les différents médias en présence : forces et faiblesses ➤ Optimiser son budget communication 	<p>DUREE : 1 journée soit 7 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 8 Décembre 2009 à Vichy ou Clermont Ferrand ➤ 28 Avril à Vichy ou Clermont Ferrand
	<p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 250 € par jour / participant (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>CONCEVOIR SA PUBLICITE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Discernement des vrais objectifs ➤ Méthodologie de conception d'une annonce ➤ Créativité linguistique et graphique ➤ Réalisations globales d'annonces presse efficaces 	<p>MESURES D'AUDIENCE ET ANALYSE DU SUPPORT</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Presse quotidienne régionale ➤ Presse gratuite ➤ Radio ➤ Affichage ➤ Prospectus ➤ Internet ➤ Le mix-média Presse/Prospectus

MARKETING DIRECT ET MAILINGS PERFORMANTS

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Toutes personnes chargées de concevoir et rédiger des mailings (publipostage) et documents commerciaux ➤ Chefs d'entreprises, Responsables commerciaux et toutes personnes chargées de la communication même ponctuelle de l'entreprise 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La connaissance des règles à respecter ➤ La formation alterne apports théoriques, applications pratiques
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Connaître le rôle des fichiers ➤ Mettre en œuvre la conception et la rédaction de mailings et plaquettes ➤ Démonstration d'un mailing ou une plaquette avec Word et Excel ➤ Auto évaluer ses documents 	<p>DUREE : 1 journée soit 7 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 11 Décembre à Vichy ou Clermont Ferrand ➤ 3 Mai à Vichy ou Clermont Ferrand
	<p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 250 € par jour / participant (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>LE FICHIER</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Rôle du fichier : prospection fidélisation ➤ Structure d'un fichier ➤ Création de fichier ➤ Réglementation ➤ La vie d'un fichier <p>LES RETOURS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ NPAI ➤ Les taux de retour 	<p>LE PUBLIPOSTAGE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les avantages et les limites ➤ Les 5 règles d'or d'un bon publipostage ➤ La lettre de vente ➤ Le dépliant commercial ➤ L'évaluation du mailing <p>INTERNET, L'EMAILING ET LA NEWS LETTER</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les avantages et les limites ➤ Les règles de l'emailing ➤ Les taux de retour



RH / FORMATION

- SAVOIR RECRUTER
- LA REFORME DE LA FORMATION, LE DIF
- LES ENTRETIENS ANNUELS ET PROFESSIONNELS
- FORMATION DE FORMATEUR

SAVOIR RECRUTER

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dirigeants, responsables de service, responsables d'équipe, personnel des Ressources Humaines, toute personne ayant des responsabilités hiérarchiques 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Un tour de table des attentes des participants permet d'identifier les besoins et les particularités de chaque participant. Afin d'être la plus opérationnelle possible, la formation alterne apports théoriques, applications pratiques
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Acquérir une structure d'entretien. ➤ S'entraîner activement à conduire un entretien. ➤ Prendre conscience de ses attitudes d'écoute. ➤ Optimiser la période d'accueil et d'intégration. 	<p>DUREE : 2 journées soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 1et 2 Mars à Vichy ou Clermont Ferrand
	<p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>LE POSTES ET LE PROFIL</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Connaître les éléments clés d'une définition de poste et de profil. ➤ Être précis dans la recherche des compétences et des comportements associés. ➤ Eviter les questions interdites. <p>STRUCTURER L'ENTRETIEN</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Connaître les étapes clés de l'entretien de recrutement. ➤ Identifier les éléments clés que doit absolument repérer le manager lors des entretiens. ➤ Savoir se répartir les rôles quand il y a plusieurs recruteurs. 	<p>CONNAITRE LES TECHNIQUES D'ENTRETIEN</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Varier les attitudes d'écoute au cours de l'entretien. ➤ Formuler les bonnes questions pour valider les connaissances et les compétences du candidat. ➤ Les erreurs des "managers recruteurs". <p>S'ENTRAINER ACTIVEMENT A L'ENTRETIEN DE RECRUTEMENT</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pratiquer des jeux de rôle en tant que "manager recruteur". <p>REUSSIR L'INTEGRATION DE SES COLLABORATEURS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Connaître les méthodes et outils pour faciliter l'intégration. Savoir mettre en action le collaborateur pendant la période d'essai. ➤ Évaluer en toute objectivité une fin de période d'essai

LA REFORME DE LA FORMATION

LE DIF : CE QU'IL FAUT SAVOIR, CE QU'IL FAUT FAIRE

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dirigeants, responsables de service, responsables d'équipe, personnel des Ressources Humaines, toute personne ayant des responsabilités hiérarchiques 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alternance des apports théoriques et applications pratiques ➤ Utilisation d'outils
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Découvrir la nouvelle réforme de la formation et ses implications ➤ Mettre en place la procédure des entretiens de formation ➤ Utiliser et élaborer des outils : convocation, ➤ fiche d'entretien de formation et document de synthèse ➤ Renforcer les certitudes concernant l'importance des outils d'évolution de carrière 	<p>DUREE : 2 journées soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 1 et 2 Juin à Vichy ou Clermont Ferrand <p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>LA REFORME DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les changements apportés par la réforme de la formation professionnelle ➤ Formation à l'initiative de l'employeur ➤ Les parcours de formation personnalisés et concertés : DIF ➤ Gestion individuelle des compétences et politiques de formation de l'entreprise ➤ Financement de la formation <p>L'ENTRETIEN DE FORMATION</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ L'entretien de formation : définition, finalité, contenu et utilité pour les responsables ➤ La préparation matérielle des entretiens 	<p>LES DIFFERENTES PHASES D'UN ENTRETIEN :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ouverture ➤ Ordre des séquences d'expression ➤ Négociation des objectifs ➤ Synthèse et conclusion ➤ Les engagements réciproques et leur suivi <p>UTILISATION DES DOCUMENTS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Invitation du collaborateur ➤ Planning des entretiens ➤ Formulaires de préparation ➤ Formulaires de synthèse et engagements de progrès ➤ L'utilisation, la "circulation" et le stockage des documents

LES ENTRETIENS ANNUELS & PROFESSIONNELS

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dirigeants, responsables de service, responsables d'équipe, personnel des Ressources Humaines, toute personne ayant des responsabilités hiérarchiques 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alternance des apports théoriques et applications pratiques ➤ Jeux de rôles et simulations (vidéo) ➤ Exercices, tests et entraînements permettent à chaque participant de s'auto-corriger
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mettre en place la procédure des entretiens annuels d'activité, d'évaluation et de formation ➤ Simuler et stimuler les différentes étapes de l'entretien ➤ Utiliser des outils : fiche d'entretien annuel et document de synthèse ➤ Renforcer les certitudes concernant l'importance des outils d'évaluation de carrière 	<p>DUREE : 2 journées soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 6 et 11 Janvier à Vichy ou Clermont Ferrand ➤ 16 et 17 Février à Vichy ou Clermont Ferrand ➤ 22 et 23 Novembre à Vichy ou Clermont Ferrand <p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>L'ENTRETIEN ANNUEL & PROFESSIONNEL</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Définition, finalité, contenu et utilité pour les responsables ➤ La préparation matérielle des entretiens ➤ Les différentes phases d'un entretien : ➤ Ouverture ➤ Ordre des séquences d'expression ➤ Négociation des objectifs ➤ Synthèse et conclusion ➤ Les engagements réciproques et leur suivi <p>UTILISATION DES DOCUMENTS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Invitation du collaborateur ➤ Planning des entretiens ➤ Formulaire de préparation ➤ Formulaire de synthèse et engagements de progrès ➤ L'utilisation, la "circulation" et le stockage des documents 	<p>LA COMMUNICATION DANS L'ENTRETIEN</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les bases d'une communication efficace : ➤ l'empathie ➤ l'écoute et la maîtrise de l'entretien ➤ les typologies de collaborateurs <p>LES COMPORTEMENTS DU RESPONSABLE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Lors de l'invitation ou de la convocation ➤ Lors de l'accueil ➤ Pendant l'entretien et lors de l'utilisation de documents ➤ Lors de la clôture de l'entretien et de la prise de congés <p>LE SUIVI DES ENTRETIENS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Le tableau de bord ➤ Les points de vigilance du Responsable Hiérarchique autour de ces entretiens

FORMATION DE FORMATEUR

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Toute personne devant assurer des formations 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alternance des apports théoriques et applications pratiques ➤ Jeux de rôles et simulations de séances de formation (vidéo) et entraînements permettent à chaque participant de s'auto-corriger
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Expérimenter des techniques et des outils pédagogiques pratiques utilisables en formation et/ou en animation de groupes de travail ➤ Accroître la flexibilité des formateurs ➤ s'adapter à des publics de cultures et de niveaux différents ➤ Harmoniser les techniques de communication verbale ou écrite 	<p>DUREE : 3 journées soit 21 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 8, 9 et 10 Juin à Vichy ou Clermont Ferrand <p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 300 € par jour / participant soit 900 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>RAPPELS SUR LA COMMUNICATION</p> <p>LES ETAPES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La préparation ➤ Quels types de formation ? ➤ "Formelle" : en salle de cours ➤ En situation réelle de travail ➤ En groupe ou individualisée ➤ L'introduction : l'accueil et la première minute ➤ La progression : l'argumentation ; le blocage des acquis ➤ Les réactions non prévues de l'interlocuteur : la réponse aux objections ➤ La conclusion : le contrôle et le suivi <p>LE GROUPE ET SA DYNAMIQUE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les comportements de participants ➤ Comment réagir en situation délicate ? 	<p>LES OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET LEURS CONSEQUENCES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Identification ➤ Rédaction ➤ le choix des méthodes utilisées ➤ la sélection des supports de formation <p>LE ROLE ET LES TECHNIQUES DU FORMATEUR</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ L'exposé et les méthodes démonstratives ou magistrales ➤ Les méthodes participatives ➤ Les méthodes de découverte ➤ Les mises en situation, les exercices d'application ➤ Les principes d'alternance ➤ La conception et l'utilisation d'outils et aides "pédagogiques" <p>L'EVALUATION EN FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les outils d'évaluation : ➤ L'appréciation des acquis, ➤ L'évaluation de l'animation ➤ Après l'évaluation : les actions correctives

AUTRES SUGGESTIONS

COMMUNICATION

- LA CONDUITE ET L'ANIMATION DE RÉUNION
- LA PRISE DE PAROLE EN PUBLIC
- LES ENTRETIENS EN FACE A FACE

DEVELOPPEMENT PERSONNEL

- MANAGER SON TEMPS ET SES PRIORITES
- LA GESTION DU TEMPS ET DU STRESS

MANAGEMENT

- SAVOIR MOTIVER
- MANAGER ET COACHER SES COLLABORATEURS
- CONDUIRE ET GERER LE CHANGEMENT
- PREVENIR ET GERER LES CONFLITS



VENTE

- UNE PROSPECTION EFFICACE
- MIEUX CONNAÎTRE ET GÉRER SON PORTEFEUILLE CLIENT
- ACTION VENTE : DU PROSPECT AU CLIENT
- L'ACCUEIL ET LA VENTE EN MAGASIN
- VENDRE A DOMICILE
- LA VENTE PAR TELEPHONE
- LE PAC : ÉTABLIR SON PLAN D'ACTION COMMERCIALE

UNE PROSPECTION EFFICACE

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Commerciaux et toutes personnes chargées de la commercialisation même ponctuelle de l'entreprise 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Un tour de table des attentes des participants permet d'identifier les besoins et les particularités de chaque participant. Afin d'être la plus opérationnelle possible, la formation alterne apports théoriques, applications pratiques
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Préparer sa prospection ➤ Chercher les cibles ➤ La création de son plan d'action ➤ La création de son argumentaire ➤ Prendre RDV 	<p>DUREE : 1 journée soit 7 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 15 et 31 Mars à Vichy ou Clermont Ferrand
	<p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>PREPARER SA PROSPECTION</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les objectifs, les cibles, les marchés ➤ La recherche des prospects : les sources, les fichiers, la segmentation ➤ Construire ses phrases d'accroche ➤ Construire son argumentaire : méthodes CAP et SONCAS <p>CONNAITRE LES STRATEGIES DE PROSPECTION ET LEURS OUTILS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Aller vers le prospect : mailing, téléphone, prospection directe, internet ➤ Faire venir le prospect : salon, visite, réunion ➤ S'inviter chez le prospect : recommandation, essai gratuit 	<p>LA PROSPECTION DIRECTE OU TÉLÉPHONIQUE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La visite directe : <ul style="list-style-type: none"> ○ L'attitude physique ○ Accrocher l'intérêt quel que soit l'accueil ➤ La prospection par téléphone : <ul style="list-style-type: none"> ○ La préparation de la communication ○ Le comportement téléphonique : voix, ton et débit ○ Le franchissement des barrages ○ La prise de rendez-vous par téléphone ○ Les réactions non prévues de l'interlocuteur : la réponse aux objections <p>TRAINING : Exercices de mise en pratique sur son secteur et sur une cible prioritaire</p>

MIEUX CONNAÎTRE ET GÉRER SON PORTEFEUILLE CLIENT

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Commerciaux 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Connaissance de son environnement ➤ Alternance d'apports théoriques, et d'applications pratiques
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Connaître le rôle des fichiers ➤ Classer ses clients ➤ Maîtriser les typologies client ➤ Connaître son potentiel secteur ➤ Avoir une vision claire de ses réalisations ➤ Adopter les mesures correctives ➤ Gérer de façon réaliste et efficace son prévisionnel 	<p>DUREE : 2 journées (2 x 1 Jour), soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ A Vichy ou Clermont Ferrand (Nous consulter)
	<p>TARIF : 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)</p>
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>LE FICHIER</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Rôle du fichier : prospection, fidélisation ➤ Structurer et faire vivre son fichier ➤ La gestion du portefeuille client ➤ Ce que je dois savoir sur mon client ➤ Actualiser et créer un fichier prospect ➤ Application individuelle sur son secteur à partir d'un fichier prospect (Diane, Kompass) 	<p>LES TYPOLOGIES CLIENT</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Classification interne ➤ Application sur son portefeuille client <p>UN SUIVI PRÉVISIONNEL</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Principes ➤ La contractualisation, le matelas ➤ Le prévisionnel hebdomadaire et mensuel ➤ Le travail par cible ➤ Les prévisions

ACTION VENTE : DU PROSPECT AU CLIENT

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Commerciaux et toutes personnes chargées de la commercialisation même ponctuelle de l'entreprise 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Un tour de table des attentes des participants permet d'identifier les besoins et les particularités de chaque participant. Afin d'être la plus opérationnelle possible, la formation alterne apports théoriques, applications pratiques
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Acquérir les bases des règles de la communication commerciale ➤ Améliorer l'efficacité de la prospection directe et/ou téléphonique ➤ Connaître les mécanismes de vente ➤ Simuler et stimuler les différentes étapes de l'acte de vente ➤ Vendre mieux et plus 	<p>DUREE : 2 journées (2 x 1 Jour), soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 3 et 10 Mai à Vichy ou Clermont Ferrand ➤ 14 et 15 Décembre à Vichy ou Clermont Ferrand <p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>LA COMMUNICATION AU SERVICE DE L'APPROCHE COMMERCIALE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les 7 règles de la communication ➤ La déperdition du message ➤ L'entretien : les 8 conditions pour réussir ➤ L'approche commerciale, la typologie client ➤ Les principes d'une négociation gagnant-gagnant <p>L'ORGANISATION COMMERCIALE, PERSONNELLE ET LA GESTION DU TEMPS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ L'analyse du secteur de vente : les clients existants, les prospects ➤ L'évaluation des potentiels et la répartition des objectifs ➤ Le plan d'action, la constitution d'un fichier « prospects » ➤ L'utilisation rationnelle du téléphone comme outil commercial ➤ L'organisation des visites en fonction des objectifs 	<p>LA PROSPECTION DIRECTE OU TÉLÉPHONIQUE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La visite directe : <ul style="list-style-type: none"> ○ L'attitude physique ○ Accrocher l'intérêt quel que soit l'accueil ➤ La prospection par téléphone : <ul style="list-style-type: none"> ○ La préparation de la communication ○ Le comportement téléphonique : voix, ton et débit ○ Le franchissement des barrières ○ La prise de rendez-vous par téléphone ○ Les réactions non prévues de l'interlocuteur : la réponse aux objections <p>DU PROSPECT AU CLIENT</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Le premier contact : composantes, accroches, attitudes ➤ La découverte client : écouter, observer, réceptionner, questionner ➤ L'argumentaire : méthodes CAP et SONCAS ➤ La réponse aux objections ➤ Le prix et la négociation tarifaire ➤ La conclusion : signaux d'achat et prise de congés

L'ACCUEIL ET LA VENTE EN MAGASIN

Du client entrant à son passage en caisse

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Vendeuses et vendeurs en magasin 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Un tour de table des attentes des participants permet d'identifier les besoins et les particularités de chaque participant. Afin d'être la plus opérationnelle possible, la formation alterne apports théoriques, applications pratiques
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Respect des critères commerciaux d'accueil ➤ Améliorer la découverte client ➤ Développer les ventes additionnelles ➤ Amélioration de l'accompagnement client ➤ Contrôle de la mise en application 	<p>DUREE : 2 journées (2 x 1 Jour), soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 26 Février et 5 Mars à Vichy ou Clermont Ferrand ➤ 17 et 18 Juin à Vichy ou Clermont Ferrand <p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 250 € par jour / participant soit 500 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>L'ACCUEIL</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les bases de l'accueil commercial ➤ L'accueil téléphonique ➤ Le sourire ➤ Mise en application : Jeux de rôles <p>L'ECOUTE CLIENT</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La découverte et la vente conseil ➤ Les questions ouvertes et fermées ➤ Le langage positif ➤ Mise en application : Jeux de rôles 	<p>LA VENTE ADDITIONNELLE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Que vendre en plus ? ➤ Conseiller et argumenter ➤ Mise en application : Jeux de rôles <p>DU CLIENT ENTRANT A SON PASSAGE EN CAISSE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Validation des étapes précédente ➤ Gestion des conflits ➤ Mise en application : Jeux de rôle

VENDRE A DOMICILE

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Vendeurs et futurs vendeurs à domicile 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Un tour de table des attentes des participants permet d'identifier les besoins et les particularités de chaque participant. Afin d'être la plus opérationnelle possible, la formation alterne apports théoriques, applications pratiques
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Acquérir les bases des règles de la communication commerciale ➤ Connaître les mécanismes de vente à domicile ➤ Simuler et stimuler les différentes étapes de l'acte de vente ➤ Vendre mieux et plus 	<p>DUREE : 2 journées (2 x 1 Jour), soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ A Vichy ou Clermont Ferrand (Nous consulter) <p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 250 € par jour / participant soit 500 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>LA COMMUNICATION AU SERVICE DE L'APPROCHE COMMERCIALE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les 7 règles de la communication ➤ La déperdition du message ➤ L'entretien : les 8 conditions pour réussir ➤ L'approche commerciale, la typologie client ➤ Les ingrédients de la confiance ➤ La prise de pouvoir <p>L'ORGANISATION COMMERCIALE, PERSONNELLE ET LA GESTION DU TEMPS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Se fixer des objectifs ➤ Organiser son temps ➤ Le plan d'action, la constitution d'un fichier <p>L'ACTIVITE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La prise de rendez-vous et la recommandation ➤ Les actions commerciales personnelles 	<p>LE SCHEMA DE VENTE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les intérêts d'utiliser un schéma ➤ Le premier contact : composantes, accroches, attitudes ➤ La découverte client : écouter, observer, réceptionner, questionner ➤ L'argumentaire : méthodes CAP et SONCAS ➤ Apporter de la progressivité dans la vente ➤ La réponse aux objections ➤ Le prix et la négociation tarifaire ➤ La conclusion : signaux d'achat ➤ La prise de congés ➤ Le suivi <p>MISE EN PRATIQUE ET SKETCHING VIDEO</p>

LA VENTE PAR TELEPHONE

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les personnes des services Télémarketing 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alternance d'apports théoriques et d'applications pratiques ➤ Analyse et apports de conseils techniques ➤ Jeux de rôle, simulations ➤ Enregistrement et analyse des exercices pratiques de simulations d'appels téléphoniques tout au long de la formation.
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Intégrer les principes fondamentaux de la relation commerciale adaptée au téléphone ➤ Recueillir les informations nécessaires au traitement commercial d'un appel téléphonique ➤ Mener l'entretien de façon proactive ➤ Élaborer le guide d'entretien et un argumentaire produit ➤ Préparer les réponses aux objections ➤ Conclure et développer le chiffre d'affaires des télévendeurs 	<p>DUREE : 3 journées, soit 21 heures</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 2 x 1 journée en salle ➤ 1 journée de Sketching et coaching <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION : A Vichy ou Clermont Ferrand (Nous consulter)</p> <p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 300 € par jour / participant soit 900 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA) ➤ Hors frais de déplacement
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>LES SPECIFICITES DE LA COMMUNICATION PAR TELEPHONE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les principes de communication ➤ L'adaptation du ton et du rythme verbal et du vocabulaire ➤ L'écoute et les différents types de questions <p>STRUCTURER LES ETAPES D'UN APPEL</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Franchir les barrages ➤ La phrase d'accroche : Obtenir l'attention du décideur ➤ Le guide d'entretien ➤ La Poser les bonnes questions pour recueillir les informations clés. ➤ Identifier les opportunités de rebond commercial ➤ Rester maître de la conversation ➤ L'argumentation convaincante (choisir ses arguments) ➤ Présenter et valoriser son offre de façon claire ➤ Présenter son prix positivement ➤ Mise en application (sketching) 	<p>APPROFONDISSEMENTS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Le Cross Selling ou comment vendre des produits complémentaires ➤ Le Up Selling ou comment vendre des produits de gamme supérieure <p>LA REFUTATION DES OBJECTIONS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Comprendre les raisons de l'objection ➤ Mesurer le bien fondé de l'objection (vraie ou fausse objection) ➤ Établir la liste des objections classiques ➤ L'objection prix : les différentes techniques de réfutation <p>LA CONCLUSION</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Repérer les signaux d'achat ou les freins à l'achat ➤ Savoir quand et comment conclure ➤ Reformuler la confirmation de l'engagement du client ➤ Le rebond fondé sur la posture de conseil. ➤ Les techniques et formulations du rebond. <p>MISE EN APPLICATION SUR SITE (COACHING)</p>

LE PAC : ÉTABLIR SON PLAN D'ACTION COMMERCIALE

<p>PUBLIC CONCERNE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Commerciaux et toutes personnes chargées de la commercialisation même ponctuelle de l'entreprise 	<p>DEMARCHE PEDAGOGIQUE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Un tour de table des attentes des participants permet d'identifier les besoins et les particularités de chaque participant. Afin d'être la plus opérationnelle possible, la formation alterne apports théoriques, applications pratiques
<p>OBJECTIFS DU STAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Valoriser le commercial dans son rôle de prospecteur ➤ Augmenter le taux de concrétisation chez les prospects ➤ Rechercher chez un client ou un prospect les « angles d'attaque ». ➤ Prendre des parts de marché à la concurrence ➤ Échanger les idées métiers des clients 	<p>DUREE : 2 journées soit 14 heures</p> <p>DATES ET LIEUX DE LA FORMATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 9et 16 Décembre à Vichy ou Clermont Ferrand <p>TARIF :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 350 € par jour / participant soit 700 € pour l'ensemble du stage (Organisme non assujetti à la TVA)
<p>PROGRAMME :</p>	
<p>RAPPELS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Le fichier : prospection, fidélisation ➤ La gestion du portefeuille client ➤ Ce que je dois savoir sur mon client ➤ Le ciblage ➤ Le prévisionnel hebdomadaire et mensuel 	<p>RECHERCHER LES ACCROCHES ET ARGUMENTS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les objectifs ➤ La méthode CQQCOQP ➤ Le check liste découverte ➤ Argumentation et accroches ➤ Les prévisions de chiffre : réalisme et utilisations pratiques ➤ Mise en œuvre ➤ Mise en pratique sur son secteur et sur une cible prioritaire

AUTRES SUGGESTIONS

COMMUNICATION

- LA CONDUITE ET L'ANIMATION DE RÉUNION
- LA PRISE DE PAROLE EN PUBLIC
- LES ENTRETIENS EN FACE A FACE

COMPTABILITE

- SAVOIR LIRE ET ANALYSER LE BILAN DE L'ENTREPRISE

DEVELOPPEMENT PERSONNEL

- MANAGER SON TEMPS ET SES PRIORITES
- LA GESTION DU TEMPS ET DU STRESS

INFORMATIQUE

- MAITRISER POWERPOINT
- WORD INITIATION
- CREER SON BLOG
- CREER SON SITE INTERNET
- INITIATION PHOTOSHOP

MANAGEMENT

- PREVENIR ET GERER LES CONFLITS

PUBLICITE

- CONCEVOIR SA PUBLICITE
- MARKETING DIRECTS ET MAILINGS PERFORMANTS

RH / FORMATION

- FORMATION DE FORMATEUR

ARTISANS / COMMERÇANTS

- OPTIMISER SES VENTES EN PERIODE DE FETES
- OPTIMISER VOTRE POINT DE VENTE
- DES DEVIS QUI FONT DIRE "OUI" AU CLIENT

ESTHETIQUE

- SAVOIR ACCUEILLIR ET MAITRISER LA VENTE EN INSTITUT
- SAVOIR ACCUEILLIR ET MAITRISER LA VENTE EN PARFUMERIE

GESTION DE PATRIMOINE / BANQUE / ASSURANCE

- DECOUVRIR ET MAITRISER LES INVESTISSEMENTS IMMOBILIERS
- DECOUVRIR ET MAITRISER LES PLACEMENTS FINANCIERS
- GERER SON PATRIMOINE
- LA RETRAITE : MODE D'EMPLOI ET SOLUTIONS
- CONSEILLER EN GESTION DE PATRIMOINE
- VENDRE LES INVESTISSEMENTS IMMOBILIERS
- VENDRE LES PLACEMENTS FINANCIERS

PHARMACIE

- L'ACCUEIL ET LA VENTE EN PHARMACIE
- MAITRISER LA VENTE COSMETIQUE EN PHARMACIE

PRESSE / PQN / PQR / PHR

- INTÉGRATION DES COMMERCIAUX PUBLICITÉ
- CONNAÎTRE SON SUPPORT ET ARGUMENTER PAR L'AUDIENCE
- ARGUMENTER DANS L'UNIVERS CONCURRENTIEL
- ARGUMENTER PAR PRODUIT : L'AUTOMOBILE
- ARGUMENTER PAR PRODUIT : EMPLOI ET FORMATION
- ARGUMENTER PAR PRODUIT : L'IMMOBILIER
- LA PRISE DE BRIEF : CAPACITÉ D'ÉCOUTE ET FORCE CRÉATIVE
- VENDRE L'IDÉE PUB
- OBJECTIF DEVELOPPEMENT DES VENTES

NOS FORMATIONS SUR MESURE INTRA ENTREPRISE

Des femmes et des hommes compétents pour des entreprises performantes



Former vos collaborateurs c'est leur donner de bonnes connaissances techniques, mais aussi favoriser l'exploration de voies nouvelles pour la performance de votre organisation et leur développement professionnel et personnel.

La formation sur mesure apporte une réponse adaptée à la problématique spécifique de votre entreprise.

Les avantages :

- **Des formations en adéquation à vos besoins**
- **Une adaptation à votre entreprise, à sa culture, à la population concernée,**
- **Une intégration de cas pratiques**
- **Une organisation souple et réactive**
- **Une gestion administrative de la formation simplifiée**
- **Un coût de facturation à la journée quel que soit le nombre de participants**
- **L'évaluation et le suivi de la formation : questionnaires d'évaluation,**
- **Une mise en place de plans d'action**
- **Une assistance conseil**
- **Une mesure d'impact et d'efficacité de l'action**

Les actions de coaching développent le potentiel et le savoir-faire de chacun en situation professionnelle.

NOS PRINCIPAUX DOMAINES D'INTERVENTION :

ACCUEIL / ASSISTANTE

Accueil physique / téléphonique / commercial
Organisation / Secrétariat

CREATION REPRISE D'ENTREPRISE

Accompagnement
Coaching

DEVELOPPEMENT PERSONNEL

Gestion du temps
Gestion du stress
Organisation

ESTHETIQUE

Techniques professionnelles
Vente
Optimisation commercial

GESTION DE PATRIMOINE / BANQUE / ASSURANCE

Produits financiers / Produits immobiliers

INFORMATIQUE

Site internet
Bureautique
Traitement d'images

MANAGEMENT

Motivation et stimulation d'équipes
Techniques de Management
La conduite et l'animation de réunion
La prise de parole en public

Les entretiens en face a face
Gestion des conflits
Coaching

MARKETING / PUBLICITE

Plan média
Marketing direct
Communication publicitaire
Internet

PRESSE ECRITE

PQN/PQR/PHR
Gratuit
Relations Presse

RH / FORMATION

Recrutement
Plan de formation
Entretiens annuels et professionnels

VENTE

Vente en magasin / Domicile
Optimisation de point de vente
Développement d'argumentaires
Organisation et lancement d'opérations commerciales
Animation et encadrement de forces de vente
Training vidéo
Accompagnement terrain
Stratégie et techniques d'achat

NOS TARIFS

Nombre de jours de préparation	Honoraires journaliers
1 à 5	500 €
Nombre de jours de formation par an	Honoraires journaliers
1 à 5	1 300 €
6 à 10	1 200 €
+ de 10	1 100 €
Hébergement et transports du consultant en sus	

Organisme non assujetti à la TVA

BULLETIN D'INSCRIPTION

Merci de compléter le bulletin d'inscription ci-dessous et de le retourner à :

LB2F

44 Avenue Jean Jaurès – 63400 Chamalières

Tél. 06.19.91.25.97 - Tel : 04 70 98 62 77 - Fax 04 70 98 65 81 – contact@lb2f.com

La signature du présent bulletin vaut acceptation des conditions générales de vente au verso.

ENTREPRISE :

NOM / Prénom / Fonction du sous signé, habilité à engager l'entreprise :
.....

Adresse :

.....

Effectif : Secteur d'activité :

Code NAF : N° de Siret :

Tél. : Fax : E-mail :

Adresse de convocation (si différente) :

Adresse de facturation si paiement par un organisme collecteur (*faire la demande de prise en charge avant la formation*) :

.....

NOMS des participants	Prénoms	Fonctions	E-mail

FORMATION CHOISIE	Dates	Lieu	Coût de la formation
Merci de joindre le chèque d'acompte de 30 % à l'ordre de LB2F Loïc Baptistini au bulletin d'inscription ou l'accord de prise en charge de votre OPCA.	TOTAL <i>(tarifs non assujettis à la TVA)</i>		
	Montant de l'acompte de 30% <i>(organisme non assujetti à la TVA)</i>		

Fait à, le

Nom et fonction du signataire

Signature

Cachet de l'entreprise

Les informations contenues dans ce bulletin d'inscription font l'objet d'un traitement informatisé exclusivement réservé à notre service de gestion des stages de formation. Conformément à la loi n° 78.17 du 6 janvier 1978, dite "informatique et libertés", vous disposez d'un droit d'accès et de rectification.

CONDITIONS GENERALES DE VENTE

1. Toute inscription nécessite le renvoi d'un bulletin d'inscription à l'adresse précisée au recto.
2. **Le bulletin d'inscription doit être accompagné d'un acompte de 30% du montant total** (*Organisme non assujetti à la TVA*) du stage, par chèque, à l'ordre du LB2F/ Loïc Baptistini (facture adressée à la fin du stage) ou de l'accord de prise en charge de votre OPCA. En cas de prise en charge du financement par un organisme tiers, la facture lui sera adressée.
3. Une convocation au stage est adressée à chaque participant avant la formation.
4. Une copie de la feuille de présence ou attestations de présence seront adressées au client.
5. Annulations

- a. Avant le stage :
 - reçues plus de 15 jours avant le début du stage les annulations sont acceptées et les inscriptions intégralement remboursées,
 - reçues entre le 15^{ème} et le 7^{ème} jour ouvré avant le début du stage, elles entraînent la retenue de 20 % du prix du stage pour frais de désistement,
 - reçues dans les 6 jours ouvrés avant le début du stage, elles entraînent la retenue de 50 % du prix du stage pour frais de désistement.
 - reçues dans les 48 heures, précédant la date du début de la formation, elles entraînent le paiement à 100 %
 - Les remplacements (demande à formuler par écrit) sont admis à tout moment.
- b. Après le début du stage, les demandes d'annulation ou les absences, entraînent le règlement de la totalité du prix du stage.

En cas de financement total ou partiel du stage par un organisme tiers, et au cas où ce dernier n'accepterait pas de payer la charge qui aurait été la sienne (absence, abandon,...), le coût total du stage est dû par l'entreprise.

6. LB2F se réserve la possibilité de reporter ou d'annuler la formation si le nombre des participants est insuffisant ou en cas de force majeure et en informe le client.
7. Si une contestation ou un différend n'a pu être réglé à l'amiable, le Tribunal de Clermont Fd sera seul compétent pour régler le litige.
8. Propriété intellectuelle
Tous les droits de propriété intellectuelle relatifs aux supports de formation et autres ressources pédagogiques mis à disposition du client dans le cadre des formations sont la propriété exclusive du LB2F.
En conséquence, le client s'interdit de reproduire, adapter, modifier, commercialiser ou diffuser à des tiers non participant aux formations les dits supports.

Fait à, le

Nom et fonction du signataire
Signature

Cachet de l'entreprise