



IMT Mines Alès
École Mines-Télécom

RÉPERTOIRE DES FORMATIONS

APPUI AUX ENTREPRISES

2020

Département management & entrepreneuriat

SOMMAIRE

STRATÉGIE D'ENTREPRISE & INNOVATION

Management de projet innovant	5
Conduite de l'analyse stratégique	6
L'intelligence économique & stratégique, source d'innovation	7
Optimisez votre stratégie commerciale	8
Créativité : canaliser la démarche innovante et l'émergence de projet	9
Manager et stimuler durablement la créativité en entreprise	10
Les nouveaux modèles économiques	11
Atelier « Stratégie océan bleu »	12
Atelier « design de modèle économique »	13
Atelier « Nouveaux business collaboratifs	14

MÉTHODOLOGIES DU MANAGEMENT

Tableaux de bord de l'entreprise	16
Améliorer la performance au quotidien avec des outils simples	17
Améliorer vos activités avec la méthode de la carte des chaînes de valeur	18
Mettre en œuvre la vision performance de l'entreprise pour l'obtention d'avantages concurrentiels	19
Diagnostic économique et financier de l'entreprise	20



SOMMAIRE

RESSOURCES HUMAINES

Gérer une négociation_____	22
Prévenir et gérer les conflits de façon constructive_____	23
Interagir en entreprise avec des personnalités différentes_____	24
Accompagner le changement_____	25
Les ressources humaines au cœur de l'innovation_____	26

COMMUNICATION & LEADERSHIP

Animer et parler en public_____	28
L'ABC de la communication efficace_____	29
Réunion efficace_____	30
Améliorer votre leadership_____	31
Motiver et fédérer son équipe_____	32

WEB ; SYSTÈMES D'INFORMATION ; PROTECTION DES DONNÉES

Web marketing_____	34
Référencement naturel _____	35
Réseaux sociaux & community management_____	36
Virus, arnaques et piratages informatiques : risques et solutions_____	37
Conformité avec la CNIL – RGPD_____	38



STRATÉGIE D'ENTREPRISE

&

INNOVATION



IMT Mines Alès
École Mines-Télécom

Objectifs

Organiser et conduire un projet orienté client ou interne à l'entreprise.

Public

Personnes ayant un statut de chef de projet

Prérequis

Au moins une année de recul dans la fonction actuelle.

Durée

3 journées (21 heures)

■ Contenu

○ Gérer les outils

- Planning
- Budget
- Analyse de risque
- Qualité
- Mise en œuvre de techniques de gestion de projet (WBS, Pert, Gantt...)

○ Manager les hommes

- Choisir
- Motiver
- Former
- Se positionner en Leader (en chef de projet)
- Mettre en place une approche par les compétences

■ Pédagogie

Acquisition par le ludoéducatif : pratique sur un simulateur, formalisation d'éléments de théories, transformation en méthodologies pragmatiques, analyse des cas concrets des participants.

■ Enjeux

Comment conduire un projet innovant ?

■ Formateur

Jean-François Rieu
Cognitest Systèmes

Objectifs

Conduire une démarche d'analyse stratégique adaptée au TPE et PME

Une démarche en 5 points

- Où veut-on aller ?
- Que sont les autres ?
- Que sommes-nous ?
- Que peut-on faire ?
- Comment y aller ?

Public

Chefs d'entreprise (TPE/PME/PMI) et responsables de la R&D

Prérequis

Aucun

Durée

5 journées (35 heures)

Contenu

- Analyser l'entreprise en termes de segmentation stratégique
- Redéfinir les métiers de l'entreprise et son cœur de métier
- Conduire un diagnostic interne et externe
- Mettre en place une grille de positionnement stratégique
- Pratiquer la veille et le suivi stratégique
- Élaborer le business plan stratégique à 3/5 ans
- Définir les moyens à mettre en œuvre (humains, commerciaux, financiers, juridique ...)

Pédagogie

Acquisition par le ludoéducatif : pratique sur un simulateur (stratirac), formalisation d'éléments de théories, transformation en méthodologies pragmatiques, analyse des cas concrets des participants.

Enjeux

Quels moyens et méthodes mettre en œuvre pour situer l'innovation dans sa stratégie d'entreprise ?

Formateur

Jean-François Rieu
Cognitest Systèmes

Objectifs

Conduire votre démarche d'Intelligence économique et stratégique pour favoriser l'innovation

Thèmes abordés

- Appréhender les enjeux de la démarche et ce qu'elle apporte en termes d'innovation
- La démarche démystifiée et adaptée aux TPE/PME/PMI
- Connaître les outils fondamentaux

Public

Dirigeants, Cadres de TPE/PME/PMI

Prérequis

Aucun

Durée

2 journées (14 heures)

■ Contenu

L'Intelligence économique et stratégique (IES) n'est pas que de la veille : c'est avant tout un mode de management, un état d'esprit, une culture de la mise en réseau et du collectif. C'est une démarche essentielle pour la stratégie des PME qui décident de rester compétitives et de prendre une longueur d'avance. L'IES introduit la notion d'entreprise innovante en interaction constante avec son environnement, réactive, anticipative, qui capitalise, développe ses forces internes et protège ses savoirs et ses actifs immatériels.

- Connaître les nouveaux enjeux économiques et stratégiques,
- De la prévision à l'anticipation à la prospective,
- Connaître le management pour une veille efficace et partagée dans l'entreprise,
- Sécuriser vos actifs stratégiques
- L'innovation au cœur de la démarche.

■ Pédagogie

Cette formation allie l'apport théorique, la mise en situations et l'échange sur les bonnes pratiques.

Les participants auront des outils concrets à mettre en place dans leur entreprise.

Les participants réaliseront tout au long de la formation un autodiagnostic de leurs pratiques.

Les participants élaboreront leur plan d'améliorations concrètes et hiérarchisées.

Cette formation peut donner lieu à un approfondissement.

■ Enjeux

Comment renforcer la stratégie de l'entreprise par l'Intelligence économique ?

■ Formateur

Sophie Joveniaux
SJ Conseil & Développement

Objectifs

Adopter une démarche proactive et structurée pour fidéliser vos clients et conquérir de nouveaux marchés

Thèmes abordés

- Les fondamentaux de la stratégie commerciale
- Les outils supports de la stratégie commerciale
- Elaborer son plan d'actions commerciales personnalisé

Public

Dirigeants, Managers commerciaux de TPE/PME/PMI

Prérequis

Aucun

Durée

2 journées (14 heures)

■ Contenu

Avoir des clients est une chose, les fidéliser en est une autre. Conquérir de nouveaux clients demande une stratégie commerciale : mettre en œuvre des moyens coordonnés pour atteindre les objectifs de l'entreprise. L'écoute des clients est une priorité tout autant que l'élaboration et le pilotage de la stratégie commerciale pour maintenir ses parts de marché et en gagner d'autres. L'enjeu étant de passer de l'intuition, des actions ponctuelles promotionnelles à une démarche construite et anticipative.

■ Pédagogie

La formation est interactive et basée sur une alternance de mises en situations, d'exercices, d'échanges entre participants et de conseils didactiques et pédagogiques.

Elle assure un transfert d'expériences et de compétences dans le domaine de la stratégie commerciale et de la vente. Elaboration d'un plan d'actions personnalisées et hiérarchisées.

Cette formation peut donner lieu à un approfondissement.

■ Enjeux

Quelles méthodes pour structurer la stratégie commerciale de l'entreprise ?

■ Formateur

Sophie Joveniaux
SJ Conseil & Développement

Objectifs

Faire émerger des idées nouvelles sources de projets d'innovation

Thèmes abordés

- Stratégie
- Créativité
- Innovation

Public

Dirigeants ; porteurs de projet ; cadres ; équipes

Prérequis

Aucun

Durée

1 journée (8 heures)

■ Contenu

La créativité devient une composante incontournable du développement des entreprises, elle est souvent à la source de l'innovation car elle constitue un outil, une méthode et surtout une posture qui permet de sortir du contexte et ainsi d'identifier des solutions non envisagées.

La créativité permet également de conforter, élaborer, muscler une idée déjà identifiée et susceptible d'être porteuse de valeur pour l'entreprise.

Une démarche créative ne se résume pas à l'émergence d'idées, elle doit inclure une évaluation des idées qui conduira à identifier de bonnes idées sachant qu'une bonne idée, hormis les aspects marché, rentabilité, est avant tout une idée que l'entreprise saura porter et concrétiser.

La formation permet d'acquérir cette posture en mettant en œuvre des outils simples et faciles à mettre en œuvre. Toute aussi importante est la diffusion de cette démarche au sein de l'entreprise, l'expérience montre que la démarche créativité est d'autant plus efficace qu'elle est répandue, comprise et acceptée réellement.

■ Pédagogie

Le thème abordé en séance de créativité est choisi au préalable. Il s'agit d'un thème important pour l'entreprise, qui concerne une problématique concrète. Cette phase aboutit à la création de fiches idées et la réalisation de matrices utiles à la sélection des idées dans une démarche de faisabilité et d'opérabilité à l'échelle industrielle ou entrepreneuriale. La formation permet à l'entreprise de générer des pistes de projets d'innovation et de se familiariser avec la méthodologie de créativité par brainstorming orienté. Cette formation peut donner lieu à un approfondissement (former des animateurs de créativité) et/ou un accompagnement de projet par l'école des mines d'Alès.

■ Enjeux

Générer des pistes de projets innovants

■ Formateur

Jean-Christophe Lallement
Ecole des mines d'Alès

Objectifs

Mettre en œuvre des méthodes, une organisation et un état d'esprit stimulant durablement la créativité en entreprise

Thèmes abordés

- Connaître et valoriser le capital créatif de l'équipe
- S'exercer aux différentes méthodes de créativité
- Savoir comment favoriser la créativité au quotidien dans l'entreprise

Public

Dirigeants, Cadres, équipes

Prérequis

Aucun

Durée

1 journée (7 heures)

Contenu

La créativité est la matière première de l'innovation. La créativité participative ne se décrète pas et ne s'improvise pas. C'est une démarche construite avec une stimulation permanente. C'est une source de motivation personnelle et collective, d'émulation, de partage d'informations, d'efficacité relationnelle, de résolution de conflits, de gestion des changements, d'adhésion aux valeurs....Pour innover, managez et stimulez durablement la créativité en entreprise.

- Les fondements, la motivation et les processus de la créativité participative
- Expérimenter 7 nouvelles méthodes de réunions créatives autres que le Brainstorming
- Quel type de créatif êtes-vous ? Et les membres de votre équipe ?
- Faire vivre durablement la créativité dans votre entreprise
 - Le vivier créatif interne et/ ou externe
 - Le trio gagnant
 - Organisez les groupes de créativité et d'innovation

Pédagogie

La formation est interactive et basée sur une alternance de mises en situations, d'exercices, d'échanges entre participants et de conseils didactiques et pédagogiques.

La journée se déroule sous la forme de 20% de théorie et de 80% de pratique concrète.

Elaboration d'un plan d'actions personnalisées et hiérarchisées.

Cette formation peut donner lieu à un approfondissement.

Enjeux

Comment gérer la démarche créative sur le long terme

Formateur

Sophie Joveniaux
SJ Conseil & Développement

Les nouveaux modèles économiques

Objectifs

Concevoir des modèles économiques en rupture;
Comment trouver la différence visible

Thèmes abordés

- Stratégie
- Business model de rupture
- S'appuyer sur les outils des stratégies modernes
- Innovation

Public

Dirigeants ; porteurs de projet

Prérequis

Aucun

Durée

2 journée (7 heures)

Contenu

Il s'agit pour chaque entreprise de construire soit une offre nouvelle soit d'améliorer une offre existante en spécifiant :

- La proposition de valeur avec le formalisme Value Proposition Design
- Le modèle économique avec le formalisme *Business Model Canvas*
- Le positionnement stratégique de cette offre vis-à-vis de la concurrence
- Le rôle/poids de cette offre dans la stratégie globale de l'entreprise

Le Canevas de modèle économique est l'outil idéal pour appréhender l'innovation. Il est intégrateur et offre différentes portes d'entrée à l'innovation (par l'offre, par les procédés, par les modèles de revenus, l'open innovation...). Il permet d'imaginer et d'expliquer les mécanismes de création et de répartition de valeur.

L'atelier comprend :

- Théorie : présentation de la méthode ;
- Mise en pratique : construction d'un canevas de modèle économique à partir d'un scénario ;
- Echanges : chaque participant tire partie de l'expérience des autres participants.

Pédagogie

La pédagogie est interactive par la pratique des outils sur des cas concrets et les échanges entre participants.

Chaque participant contribue à produire le modèle économique des projets/entreprises des autres participants (au sein de groupes de 4 au maximum)

Enjeux

Sortir des standards de l'industrie et mettre en place une offre qui crée une valeur sans précédent pour le client

Formateur

Claude Cazalot, consultant en stratégie (PME, Start up, Grands Groupes)

Objectifs

Concevoir une proposition de valeur différenciée et adaptée aux besoins clients

Thèmes abordés

Stratégie ; Créativité ; Innovation ; Différenciation

Public

- Dirigeants d'entreprise,
- Chefs de produits,
- Responsable marketing.

Prérequis

Aucun

Durée

3 journées (21 heures)

■ Contenu

La méthode *Blue Ocean Strategy*® est centrée sur l'analyse des attentes clients.

L'objectif est de découvrir de nouveaux critères de valeur en se concentrant sur la valeur d'usage attendue par le client.

A partir de cette perspective, il devient possible de jouer simultanément sur le prix et la différenciation, en éliminant le superflu, et en répondant aux besoins réels du client, qu'ils soient exprimés ou latents, présents ou à venir.

Les outils permettent d'analyser l'offre actuelle et son adéquation aux besoins, son utilité, de rechercher de nouvelles idées, et de les valider.

La démarche s'adapte à tout type d'entreprise ou d'organisation et de projet d'innovation : de la TPE au grand groupe, de l'amélioration produit à la création d'un produit ou service entièrement nouveau.

■ Pédagogie

La pédagogie est interactive par la pratique des outils sur des cas concrets.

La constitution de groupes de travail favorise les échanges entre les participants et stimule la créativité.

Trois ateliers d'une journée chacun permettent d'aborder la stratégie Océan Bleu de façon pratique. Le module alterne présentations théoriques illustrées par des exemples et mise en œuvre des outils par des exercices de groupe.

■ Enjeux

Comment sortir d'un schéma classique de marché concurrentiel ?

■ Formateur

Société de conseil
Océan Bleu

Objectifs

Réalisation de business model en matière d'innovation

Thèmes abordés

- Stratégie
- Modèle économique
- Créativité
- Innovation

Public

Dirigeants ; porteurs de projet

Prérequis

Aucun

Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

Le Canevas de modèle économique est l'outil idéal pour appréhender l'innovation. Il est intégrateur et offre différentes portes d'entrée à l'innovation (par l'offre, par les procédés, par les modèles de revenus, l'open innovation...). Il permet d'imaginer et d'expliquer les mécanismes de création et de répartition de valeur.

L'atelier comprend :

Théorie : présentation de la méthode ;

Mise en pratique : construction d'un canevas de modèle économique à partir d'un scénario ;

Echanges : concours de canevas : chaque équipe présente ses résultats.

■ Pédagogie

La pédagogie est interactive par la pratique des outils sur des cas concrets.

La constitution de groupes de travail favorise les échanges entre les participants et stimule la créativité.

■ Enjeux

Comment innover à partir du modèle économique ?

■ Formateur

Société de Conseil
Océan Bleu

Objectifs

Comprendre les nouveaux business modèles collaboratifs

Thèmes abordés

- Ecosystème
- Gestion de communauté
- Stratégie
- Modèle économique
- Innovation

Public

Dirigeants ; porteurs de projet

Prérequis

Aucun

Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

Cette formation permet de sensibiliser le stagiaire aux Nouveaux Business Modèles collaboratifs. Ces derniers sont apparus avec l'avènement des réseaux sociaux comme Facebook et la crise de 2008.

On parlera, entre autre, de communautés, de co-construction, de proximité, de crowdsourcing, crowdfunding, ... Les consommateurs expérimentent ces nouvelles pratiques au quotidien, ils souhaiteraient les retrouver dans leur sphère professionnelle.

L'atelier comprend :

- Théorie : Origines techniques et fondements sociétaux de ces nouveaux business modèles.
- Etude de cas concrets : Pour bien appréhender les concepts
- Benchmarks : Afin de comprendre les modèles qui fonctionnent aujourd'hui.

■ Pédagogie

Pédagogie interactive basée sur des études de cas, du Benchmark, exercices et échanges avec les participants

Mise en pratique : En groupe, sur 1 ou 2 projets apportés par les stagiaires

■ Enjeux

Comment faire évoluer son projet d'entreprise avec un business modèle collaboratif ?

■ Formateur

Norolanto Razafinimanana
Agence social media marketing N.
Razafinimanana

MÉTHODOLOGIES DU MANAGEMENT



IMT Mines Alès
École Mines-Télécom

Objectifs

Au terme de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Minimiser les saisies
- Synthétiser les données
- Traiter les données en détail et/ou en global
- Créer son tableau de bord d'activité

Public

Personnes ayant un véritable rôle de dirigeant

Prérequis

Connaissance et pratique régulière d'Excel

Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

La structure d'un tableau de bord :

- La navigation simple et les liens internes (et externes),
- La mise en forme,
- Les indicateurs de progression : À quoi répondent-ils ?, À quoi se réfèrent-ils ?, Comment les traduire en questionnement ?
- La navigation élaborée.

Les données :

- Récupération, Transformation, Saisie.

Le traitement :

- Les méthodes de fabrication de calculs complexes,
- Les traductions visuelles,
- La mise à jour,
- Comparer le réalisé au prévisionnel.

■ Pédagogie

En partant de données et de tableaux de bord existants, mettre en œuvre une méthodologie de traitement sous Excel, se familiariser avec les grandes fonctionnalités indispensables, maîtriser les grandes fonctions du dictionnaire d'Excel. Réalisation individuelle de cas concrets sur poste informatique.

■ Enjeux

Comment assurer un pilotage de l'entreprise ?

■ Formateur

Jean-François Rieu
Cognitest Systèmes

Objectifs

Maîtriser les principes fondamentaux et outils de base de l'amélioration continue

Thèmes abordés

- Performance
- Résolution de problèmes
- Amélioration continue
- Lean Management

Public

Dirigeants ; cadres ; collaborateurs

Prérequis

Aucun

Durée

2 journées (14 heures)

■ Contenu

L'amélioration de la performance est primordiale pour toute entreprise, en particulier pour assurer satisfaction des clients et rentabilité :

- Avoir un langage commun sur les termes utilisés en amélioration continue et Lean Management
- Connaître et appliquer les concepts de base de l'amélioration continue et du Lean Management.
- Créer les conditions de réussite pour instaurer la culture du progrès continu.
- Connaître et mettre en pratique le management visuel de la performance
- Connaître et mettre en œuvre des outils simples d'amélioration de la performance

■ Pédagogie

La pédagogie est interactive et basée sur une alternance de travail individuel ou en groupe, de jeux, d'exercices, d'échanges entre participants et de présentation des principes et outils.

La formation permet de mettre en pratique immédiatement dans son entreprise les principes et outils présentés.

■ Enjeux

Savoir comment insuffler l'amélioration continue?

■ Formateur

Hugues GRANIER
Consultant / Expert Team&Lean

Objectifs

Savoir animer et réaliser un chantier Carte des Chaînes de Valeur

Thèmes abordés

Performance
Implication des Hommes
Résolution de problèmes
Amélioration continue

Public

Dirigeants ; cadres ; collaborateurs

Prérequis

Aucun

Durée

2 journées (14 heures)

Contenu

- Utilité et contexte de la méthode de la Carte des Chaînes de Valeur (CCV) ;
- Principes et notions de base d'un chantier CCV ;
- Collecte de données et analyse des flux physiques et performance ;
- Collecte de données et analyse des flux d'informations ;
- Formalisation de la CCV « actuelle » ;
- Construction de la CCV « idéale » ;
- Enjeux et chantiers prioritaires.

Pédagogie

La pédagogie est interactive et basée sur une alternance de travail individuel ou en groupe, de jeux, d'exercices, d'échanges entre participants et de présentation des principes et outils.

La formation permet de mettre en pratique immédiatement dans son entreprise les principes et outils présentés.

Enjeux

Développer des projets d'amélioration pour atteindre la performance cible

Formateur

Hugues GRANIER
Consultant / Expert Team&Lean

Objectifs

Savoir décliner la performance, sur le terrain, au quotidien, avec l'implication de tous, pour l'obtention d'avantages concurrentiels

Thèmes abordés

- Performance
- Conduite de projet
- Travail d'équipe
- Animation au quotidien

Public

Dirigeants ; cadres ; collaborateurs

Prérequis

Activités en lien avec l'entreprise définies avec indicateurs de performance

Durée

2 journées (14 heures)

■ Contenu

- Principes fondamentaux sur la performance ;
- Vision, objectifs et analyse concurrentielle ;
- Les Hommes au cœur de la performance : missions, responsabilités et compétences ;
- Processus, Performance et indicateurs ;
- Etat des lieux sur le terrain des principales activités ;
- Développer votre système de management de la performance ;
- Déployer les rituels d'animation et de contrôle ;
- Déployer plan de progrès et plan de productivité ;
- Engager des chantiers d'amélioration.

■ Pédagogie

La pédagogie est interactive et basée sur une alternance de travail individuel ou en groupe, de jeux, d'exercices, d'échanges entre participants et de présentation des principes et outils.

La formation permet de mettre en pratique immédiatement dans son entreprise les principes et outils présentés.

■ Enjeux

Déployer la stratégie (pour quoi ?) en actions concrètes (comment) ?

■ Formateur

Hugues GRANIER
Consultant / Expert Team&Lean

Objectifs

Etude de la situation économique et financière de l'entreprise

Thèmes abordés

Analyses de la rentabilité, de l'activité et de la structure financière de l'entreprise

Public

Décideurs d'entreprise

Prérequis

Aucun

Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

Ce diagnostic consiste en une étude de la situation économique et financière d'une entreprise pour : Analyser les aspects essentiels de l'entreprise : éléments économiques, activité, rentabilité et structure financière.

Aboutir à une synthèse sur la situation actuelle et les perspectives d'avenir de l'entreprise permettant de prendre des décisions pour le futur.

Discerner les points forts et les points faibles de l'entreprise, les potentiels et les vulnérabilités existantes ou latentes, de manière à avoir une vision globale enrichie des perspectives d'avenir de l'entreprise.

Les décisions seront alors préparées et étayées.

■ Pédagogie

- Analyse économique : apprécier la dynamique de l'entreprise par un questionnaire sur l'entreprise, les dirigeants, les couples produit/marché ;
- Analyse de l'activité : évaluer les performances d'exploitation au travers du compte de résultat ;
- Analyse de la rentabilité : les soldes intermédiaires de gestion ;
- Analyse de la structure financière : le bilan ;
- Synthèse points forts/points faibles et prospective.

■ Enjeux

Comment développer son entreprise par une meilleure maîtrise financière ?

■ Formateur

Philippe Lamouroux
Expert comptable – Commissaire aux comptes

RESSOURCES

HUMAINES



IMT Mines Alès
École Mines-Télécom

Objectifs

Connaître l'état d'esprit et les réflexes à mobiliser au cours de l'entretien de négociation.

Thèmes abordés

- Préparation d'une négociation.
- Attitude et compétences relationnelles
- Techniques d'influence
- Techniques de déstabilisation
- Accord gagnant-gagnant

Public

Toute personne en position de négociateur et désireuse d'améliorer ses capacités à gérer ces situations.

Prérequis

Aucun

Durée

1 journée (7 heures)

Contenu

- Savoir quand démarrer une négociation : avoir mené à bien les étapes préliminaires.
- Préparer sa négociation
 1. Définir ses attendus dans la négociation
 2. Définir la ou les solutions alternatives
 3. Se mettre à la place de l'autre et anticiper ses réactions
 4. Bâter un scénario
 5. Se mettre en confiance
- Développer l'attitude et les compétences relationnelles indispensables au succès d'une négociation
- Utiliser les techniques d'influence
- Se préparer aux techniques de déstabilisation
- Sortir des situations difficiles

Pédagogie

Pédagogie interactive avec alternance d'apports théoriques et de mise en application par des exercices pratiques.

(Des cas concrets et propres au stagiaire sont fortement recommandés, de façon à utiliser cette journée pour sa propre pratique à court terme.)

Enjeux

Quelles sont les clefs d'une négociation réussie ?

Formateur

Cécile Molliet
ConvivEssens

Objectifs

- Comprendre les éléments déclencheurs de conflit
- Développer son assertivité pour éviter de déclencher un conflit
- Faire face au conflit et savoir en sortir en mode gagnant-gagnant

Thèmes abordés

- Origine des conflits
- Assertivité
- Approche gagnant-gagnant
- Discours médiateur
- Recadrage positif

Public

Toute personne dans l'entreprise en position de faire face à des situations conflictuelles et désireuse d'améliorer ses capacités à gérer ses situations.

Prérequis

Niveau équivalent CAP ou baccalauréat

Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

- Comprendre l'origine des conflits et les éléments déclencheurs
- Développer son assertivité
- Sortir du conflit en négociant sur un mode gagnant-gagnant
- Applications pratiques :
 - Faire une demande potentiellement conflictuelle grâce au discours médiateur
 - Recadrer en utilisant la confrontation positive
 - Savoir dire Non sans démotiver

■ Pédagogie

Pédagogie interactive avec alternance d'apports théoriques et de mises en situation.
Fiches outils remises en fin de stage : un guide pour l'action.

■ Enjeux

Comment s'affirmer de façon constructive et sereine face à une situation conflictuelle?

■ Formateur

Cécile MOLLIET
ConvivEssens

Objectifs

- Identifier son mode de fonctionnement privilégié, régissant ses rapports avec les autres.
- Être à l'aise et constructif dans ses interactions avec des personnalités différentes de la sienne.
- S'ouvrir à des modes de fonctionnement différents.

Thèmes abordés

- 9 profils de personnalités
- Attitudes face au groupe
- Priorités de fonctionnement
- Facteurs de stress
- Leviers de motivation

Public

Toute personne dans l'entreprise désireuse d'améliorer ses interactions professionnelles en s'adaptant à son interlocuteur.

Prérequis

Niveau équivalent CAP ou baccalauréat

Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

- Comprendre le positionnement des individus face au groupe.
- Identifier les neuf « Positions de Motivation », ou neuf modes de fonctionnement possibles lors de l'interaction avec autrui.
- Comprendre les éléments motivateurs et les réactions face au stress en fonction de la position adoptée.
- Exercices de vécu de chaque Position dans une situation de communication.

■ Pédagogie

Pédagogie interactive avec alternance d'apports théoriques et de mises en situation.

La formation utilise le Référentiel des Positions de Motivation (**RPM**®), construit à partir d'outils éprouvés et articulés entre eux de la façon la plus optimale possible. Ce référentiel décrit 9 profils de personnalité.

Plus : un test peut être passé en parallèle pour valider ses 3 profils préférentiels.

Cette journée peut être suivie par des journées à thème utilisant le même référentiel : communiquer, gérer les conflits, motiver (1 jour par thème).

■ Enjeux

Comment interagir efficacement en entreprise malgré les différences de personnalités et de comportements ?

■ Formateur

Cécile MOLLIET
ConvivEssens

Objectifs

Acquérir :
la connaissance des mécanismes en jeu lors d'un changement au sein de l'entreprise,
les aptitudes et outils d'accompagnement adapté.

Thèmes abordés

- Mécanique du changement,
- Résistance au changement,
- Processus de deuil, compétences relationnelles, vision partagée.

Public

Tout personnel amené à accompagner ses collaborateurs lors d'une transition.

Prérequis

Au moins une année de recul dans la fonction actuelle.

Durée

1 journée (7 heures)

Contenu

- **21^{ème} siècle : le contexte**
 - Etat des lieux.
 - L'illusion de stabilité.
 - Comprendre les conséquences et les enjeux humains.
- **Acquérir les clés pour accompagner une personne ou une équipe, de façon constructive, lors de chaque phase.**
 - Explorer la mécanique du changement non-désiré.
 - Les compétences et postures à privilégier.
- **Méthodes et Outils**
 - Utiliser l'approche systémique pour démystifier le changement.
 - Travailler sur une vision partagée.
 - Fédérer talents et compétences, structurer.

Pédagogie

Pédagogie interactive avec alternance d'apports théoriques, d'échanges sur des cas concrets et d'exercices pratiques.

Enjeux

Comment surmonter les résistances internes au changement dans la démarche innovante ?

Formateur

Cécile Molliet
ConviEssens

Objectifs

Savoir mettre ses potentiels et ses talents au service de l'innovation

Quels types de personnalités pour quels types d'innovations ?

Valoriser la complémentarité et la diversité des approches innovantes

Public

Dirigeants, Cadres, équipes, collaborateurs

Prérequis

Aucun

Durée

- En collectif : 2 journées en collectif (14 heures) et 1 journée (ou 2 *1/2) en individuel (7 heures)
- Coaching individuel : 1 journée (ou 2 *1/2) en individuel (7 heures)

Contenu

La personnalité influence les tendances relationnelles, la manière d'appréhender les projets d'entreprise, réactions, décisions et implication. Chaque individualité a ses propres talents et potentiels créatifs, différents d'une personne à une autre. Prendre en compte et adapter les Ressources Humaines est le préambule de toute action performante touchant à l'innovation.

Pédagogie

Formation utilisant l'outil innovant Executive Profiler®, dédié aux Ressources Humaines.

La formation est interactive et basée sur une alternance de mises en situations, d'exercices, d'échanges entre participants et de conseils didactiques et pédagogiques.

La journée se déroule sous la forme de 20% de théorie et de 80% de pratique concrète.

Elaboration d'un plan d'actions personnalisées et hiérarchisées.

Cette formation peut donner lieu à un approfondissement.

Enjeux

Comment mobiliser les compétences et les ressources humaines sur l'innovation ?

Formateur

Sophie Joveniaux

SJ Conseil & Développement

COMMUNICATION

&

LEADERSHIP



IMT Mines Alès
École Mines-Télécom

Objectifs

Briser la glace, parler avec sincérité, animer une réunion, augmenter son charisme sont des outils indispensables à son management

Thèmes abordés

Message, voix, gestuelle, posture, orateur, confiance et image de soi

Public

Futurs dirigeants de PME et toute personne ayant à se présenter devant un public

Prérequis

Aucun

Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

- Se préparer (notes, le trac, les lieux...);
- Les principaux talents d'un orateur;
- Savoir quelle image est renvoyée (regard, posture, gestuelle...);
- Trouver le bon langage ? (ton, rythme...);
- Faire passer un message clair;
- Intéresser son public;
- Gérer avec calme et brio les critiques;
- Maîtriser les moments difficiles;
- Les étapes essentielles pour réaliser une animation (réunion, discours, commission...).

■ Pédagogie

La pédagogie est dynamique et interactive

Approche systémique, exposé, mise en situation, jeux pédagogiques

La formation peut donner lieu à du coaching individuel

■ Enjeux

Comment acquérir les compétences essentielles pour se présenter à un public ou animer une réunion ?

■ Formateur

Anne-Marie Barreiro
Ambcoaching

Objectifs

Mieux écouter, vous imposer, résoudre les conflits, optimiser la collaboration, être compris, faire valoir son point de vue.

Thèmes abordés

Leadership, positionnement, écoute, relations, management

Public

Futurs dirigeants de PME, qui souhaitent de bonnes relations avec leurs clients et collaborateurs

Prérequis

Aucun

Durée

*1 journée (7 heures)
1 journée supplémentaire pour approfondir*

■ Contenu

- Connaître les principales mauvaises habitudes en communication
- Savoir ce que ces conduites communiquent aux autres
- Réflexes pour établir de bonnes relations
- Disponibilité et concentration pour écouter son client/collaborateur
- Les bonnes façons de donner les informations d'autorités
- Savoir comment être compris pour collaborer
- Recadrer pour résoudre un conflit
- Evaluer l'action des autres : savoir porter un jugement
- Affermir son pouvoir pour mieux manager
- Maîtriser ses relations aux autres

■ Pédagogie

- La pédagogie est dynamique et interactive
- Boîte à outils provenant de l'approche systémique, exposé, mise en situation, jeux pédagogiques,
- La formation peut donner lieu à un approfondissement créatif et pratique

■ Enjeux

Comment rehausser vos capacités de communication afin de devenir un leader ou un collaborateur compétent ?

■ Formateur

Anne-Marie Barreiro
Ambcoaching

Objectifs

- Optimiser l'efficacité du temps passé en réunion.
- Faire que l'outil-réunion soit à votre service et à celui de l'entreprise, et non l'inverse.
- Motiver vos partenaires à participer à vos réunions.
- Favoriser les échanges, la participation, les synergies.

Thèmes abordés

- 4 étapes d'une réunion réussie
- Techniques d'animation
- Compétences relationnelles
- Outils pour réunion réussie

Public

Toute personne ayant à organiser et animer des réunions

Prérequis

Niveau équivalent CAP ou baccalauréat

Durée

1 journée (7 heures)

Contenu

- Pourquoi se réunir, les différents types de réunions
- 2 règles d'or d'une réunion réussie
- Préparer : check-list et outils à disposition
- Organiser : la logistique d'une réunion
- Animer : rôles, techniques d'animation, gestion des agitateurs
- Suivre : quelles suites donner pour optimiser le travail
- Quelle attitude en réunion ?

Pédagogie

Pédagogie interactive avec alternance d'apports théoriques, d'ateliers de réflexion par petits groupes et de mises en situation.

Fiches outils remises en fin de stage : un guide pour l'action.

Enjeux

Comment transformer les réunions en véritables outils de travail productifs ?
Comment en finir avec la réunionite ?

Formateur

Cécile MOLLIET
ConvivEssens

Objectifs

Exercer un leadership personnalisé, fédérateur et mobilisateur

Thèmes abordés

- Connaître son style de Leadership
- Adapter son comportemental pour réagir efficacement dans chaque situation
- Evaluer l'autonomie des collaborateurs et la développer
- Adopter le comportement approprié à l'autonomie de son collaborateur

Public

Dirigeants, Managers, Cadres de TPE/PME/PMI

Prérequis

Aucun

Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

Le manager est à la fois un stratège, un gestionnaire et un leader. Pour répondre à un environnement imprévisible, il doit pouvoir s'appuyer sur des collaborateurs motivés et aptes à réagir rapidement dans l'intérêt global de l'entreprise. C'est l'une des forces du leadership : rendre les collaborateurs plus autonomes dans des situations très diverses.

■ Pédagogie

La formation est interactive et basée sur une alternance de mises en situations, d'autodiagnostic, d'exercices, d'échanges entre participants et de conseils didactiques et pédagogiques. Elle assure un transfert d'expériences et de compétences dans le domaine du management et du Leadership.

Elaboration d'un plan d'actions personnalisées et hiérarchisées.

Cette formation peut donner lieu à un approfondissement.

■ Enjeux

Comment adapter son management à l'environnement de l'entreprise ?

■ Formateur

Sophie Joveniaux
SJ Conseil & Développement

Objectifs

Cette journée est un préalable indispensable à la mise en place d'une équipe et à la croissance de l'esprit de groupe

Thèmes abordés

Valeurs, cohésion, engagement, rôles, cadre, vision, motivation

Public

Futurs dirigeants de PME

Prérequis

Aucun

Durée

1 journée (7 heures)

1 journée supplémentaire pour approfondir

Contenu

- Connaître et partager la vision de l'entreprise
- Identifier et s'appuyer sur les valeurs
- Fixer les règles de communication et la charte
- Initier la collaboration dans l'équipe : besoins individuels et collectifs
- Distinguer les points forts et ceux à améliorer
- Savoir poser un cadrage aux entretiens, réunions et feed-back
- Gérer les différences de points de vue
- Transmettre les instructions aisément
- Faire exécuter et contrôler avec tact

Pédagogie

- La pédagogie est dynamique et interactive
- Approche systémique du groupe, exposé, mise en situation, jeux pédagogiques changement de positions perceptuelles
- La formation peut donner lieu à un approfondissement pratique et créatif

Enjeux

- Comment solutionner rapidement les problèmes relationnels ?
- Une équipe motivée est un levier puissant dans la réussite de l'entreprise

Formateur

Anne-Marie Barreiro
Ambcoaching

WEB

SYSTÈMES D'INFORMATION PROTECTION DES DONNÉES



IMT Mines Alès
École Mines-Télécom

Objectifs

Connaître les leviers de webmarketing permettant de développer son activité sur le Web.

Thèmes abordés

- Webmarketing, Google Adwords, Affiliation, bannières, email-marketing,
- Référencement naturel, Analyse de trafic.

Public

Décideurs d'entreprise

Prérequis

Connaissance des usages du Web

Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

Cette formation sur le Webmarketing a pour objectif de sensibiliser les participants aux enjeux que représentent les différents leviers de Webmarketing. Cela leur permettra de maîtriser les éléments de décision importants dans la définition d'une stratégie de développement de la visibilité sur le Web pour leur entreprise.

L'existence d'une marque sur le web ne dépend pas uniquement de son action et il faut être bien conscient que sa e-réputation la précède généralement.

Cependant, il existe des moyens performants pour orienter et développer sa notoriété en ligne de façon à ce qu'elle devienne un moteur pour le développement de l'entreprise :

- Enjeux de la présence d'une entreprise sur le Web ;
- Les leviers de webmarketing ;
- Webanalytics.

■ Pédagogie

Éléments théoriques sur l'intégration des leviers de webmarketing dans la stratégie globale de l'entreprise.

Revue des leviers de webmarketing existants.

Illustrations par des cas concrets.

■ Enjeux

Quels sont les outils qui permettent d'améliorer la visibilité, le trafic d'un site web comme canal de prospection et fidélisation client ?

■ Formateur

Alliocha Iordanoff
Semaweb

Objectifs

- Fonctionnement de la nouvelle version de Google.
- Stratégie et méthode de mise en œuvre du référencement naturel

Thèmes abordés

Référencement naturel Google, Google Panda, analyse d'audience et de performance

Public

Dirigeant de PME, communicant.

Prérequis

Usage avancé du Web

Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

Cette formation d'une journée sur référencement naturel dans les moteurs de recherche permettra aux entrepreneurs participants de comprendre le mode de fonctionnement de Google et des autres moteurs de recherche. De cette façon, ils pourront prendre des décisions éclairées sur les principales étapes d'une stratégie aboutie de présence dans les moteurs de recherche.

Google a opéré depuis quelques mois des changements majeurs dans sa façon de classer ses résultats, avec une version appelée Google Panda. Le paysage du Web est en train d'être profondément remodelé par les nouveaux usages de recherche et les technologies sémantiques innovantes de Google. Cette session de formation permettra de faire un tour d'horizon sur ce sujet majeur pour le développement d'une entreprise :

- Moteurs de recherche et nouveaux usages ;
- L'optimisation pour le référencement naturel (SEO) ;
- Indicateurs et outils d'analyse.

■ Pédagogie

Explications théoriques sur l'approche sémantique du classement des contenus Web par Google.
Etudes de cas.

■ Enjeux

Comment placer stratégiquement son entreprise sur les moteurs de recherche ?

■ Formateur

Alliocha Iordanoff
Semaweb

Objectifs

- Comprendre quels sont les ressorts de la gestion d'e-réputation.
- Connaître les leviers d'action sur les réseaux sociaux pour développer et gérer la notoriété de la marque et de l'entreprise sur Internet

Thèmes abordés

Réseaux sociaux, e-réputation, gestion de communautés, risque d'e-réputation

Public

Dirigeant de PME, webmarketeur.

Prérequis

Bonne connaissance du Web

Durée

1 journée (7 heures)

■ Contenu

Cette formation sur les réseaux sociaux permettra à l'entrepreneur d'appréhender sereinement les réseaux sociaux, et surtout d'évaluer leur pertinence et leur place dans une stratégie plus globale de Web marketing.

Au-delà des effets de mode, de vrais outils de développement de la notoriété s'offrent aux marques et aux entreprises, à condition de savoir les utiliser de manière optimale et en concertation avec les autres leviers d'acquisition de trafic.

- Les réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Google+ ;
- Les réseaux professionnels « fermés » : Linked'In, Viadeo... ;
- Le *community management* : Constitution de réseaux, animation de pages et de profils, identité numérique, marketing viral et social ;
- Pour aller plus loin : La mesure d'audience sociale, social commerce, applications sociales.

■ Pédagogie

Etat des lieux des éléments constitutifs de l'e-réputation des marques ou des personnes.

Cadre juridique lié à la présence sur le Web

Explications sur le fonctionnement des différents réseaux sociaux et leur intégration dans la stratégie de webmarketing de l'entreprise.

Présentation d'exemples pour illustrer des cas concrets.

■ Enjeux

Quelle démarche employer pour surveiller, influencer, contrôler et défendre la réputation de l'entreprise sur internet ou autres canaux à dimension communautaire ?

■ Formateur

Alliocha Iordanoff
Semaweb

Virus, arnaques et piratages informatiques : risques et solutions

Objectifs

Découvrez les règles de bonnes pratiques et des attitudes responsables qui sont les clés permettant d'enrayer ce phénomène.

Thèmes abordés

- Etat des lieux de la cybercriminalité en France et dans le monde;
- Les principaux cas de piratages et d'arnaques expliqués ;
- Les bonnes pratiques au quotidien pour limiter les risques ;
- Etude de vos témoignages et analyse de cas.

Public

Décideurs, dirigeants, utilisateurs

Prérequis

Aucun

Durée

2 x 1 jour (niv.1 et niv.2)
ou 2 journées (14 heures)

■ Contenu

Le contexte de l'Internet et l'ampleur du phénomène de la cybercriminalité nous poussent à modifier nos comportements au quotidien.

Avons-nous raison d'avoir peur ? De quoi doit-on avoir peur ? Comment se protéger ?

Les réponses évidentes sont techniques, mais il n'en est pas moins vrai que des règles de bonnes pratiques et des attitudes responsables seront les clés permettant d'enrayer le phénomène.

■ Pédagogie

Pédagogie interactive avec alternance d'apports théoriques et de mise en application par des situations pratiques.

(Des cas concrets et propres au stagiaire seront étudiés de façon à utiliser cette journée pour sa propre pratique.)

Inutile d'emmener votre ordinateur.

■ Enjeux

Protéger son patrimoine immatériel des pirates informatiques

■ Formateur

Denis JACOPINI
Le Net Expert

Objectifs

Découvrez les règles à respecter pour mettre votre établissement en règle avec la CNIL.

Thèmes abordés

Qui détient des données personnelles ?

Introduction à la loi Informatique et libertés ;

Que doit-on déclarer à la CNIL ?

Quelles sont les étapes indispensables pour se mettre en conformité ?

Le cas de votre établissement.

Public

Décideurs, dirigeants

Prérequis

Aucun

Durée

2 journées (14 heures)

■ Contenu

Le Parlement européen a adopté en 2016 le règlement sur la protection des données personnelles (RGPD), qui est entré en application au printemps 2018.

Toutes les entreprises sont concernées par cette obligation de se mettre en conformité avec la CNIL depuis 1978 (cf Loi Informatique et Libertés), mais désormais, elles seront aussi obligées d'informer leurs clients dont **leurs** données personnelles auront été volées à la suite d'un piratage par exemple.

Au delà des amendes, c'est maintenant la réputation des entreprises qui est en jeu. Quelle valeur lui donnez vous ? Serez-vous prêt à la perdre pour ne pas avoir fait les démarches dans les temps ? Qu'est ce qui se cache derrière cette loi ? Quels sont les étapes indispensables et les pièges à éviter pour que cette mise en conformité ne se transforme pas en fausse déclaration ?

■ Pédagogie

Pédagogie interactive avec alternance d'apports théoriques et de mise en application par des situations pratiques.

(Des cas concrets et propres au stagiaire seront étudiés de façon à utiliser cette journée pour sa propre pratique.)

Inutile d'emmener votre ordinateur.

■ Enjeux

Respecter les règles de la CNIL

Eliminer les risques de réputation

■ Formateur

Denis JACOPINI

Le Net Expert

CONTACT

Jean-Christophe Lallement :

04 66 78 51 71

06 15 08 01 65

jean-christophe.lallement@mines-ales.fr

Chantal Jaffiol :

04 66 78 20 82

chantal.jaffiol@mines-ales.fr



IMT Mines Alès
École Mines-Télécom