



Comundi

EXPERTISE ÉCHANGES
RÉSEAUX
COMPÉTENCES
EMPLOI
PROJET RECONVERSION
PROFESSIONNEL
S
CARRIÈRE
ÉVOLUTION DE RE@

CATALOGUE

DES NOUVEAUTÉS

INTER-INTRA

2012

OUVERTURE PRISE

Une autre expérience de la formation
www.comundi.fr

Toutes les nouveautés depuis juin 2011
Mise à jour: janvier 2012

Édito



L'innovation thématique est un processus permanent chez Comundi. Chaque année, près de 18% de nos modules sont des nouveautés. De plus, l'ensemble des modules sont régulièrement actualisés en fonction des évolutions des secteurs et des besoins de nos clients.

Pour vous aider à répondre au plus vite aux nouveaux besoins de vos collaborateurs, Comundi a créé ce catalogue qui rassemble les formations lancées depuis juin 2011.

14 formations ont vu le jour en décembre 2011 :

- *Techniques de créativité pour imaginer un concept de communication (nouvelle journée complémentaire)*
- *Relations presse pour non spécialistes*
- *Techniques orales pour les professionnels de la communication*
- *Réussir sa stratégie de marque sur Facebook*
- *Training relationnel pour managers*
- *Managers, jouez votre rôle dans la prévention des risques psychosociaux*
- *Burn-out : faire face au symptôme d'épuisement professionnel*
- *Logement : comment accompagner les personnes en difficulté*
- *Aide à l'enfance : comment intervenir, quels comportements adopter ?*
- *Tutelle, curatelle... Comment accompagner les personnes protégées*
- *Membres du CHSCT*
- *Externalisation & Travail illégal*
- *La sous-traitance*
- *Réconciliez-vous avec les chiffres*

Actualités juridique et réglementaire, innovations technologiques, évolutions des pratiques métiers, tendances sociétales... Comundi est à l'écoute de ces évolutions qui nécessitent de développer de nouvelles compétences professionnelles et font émerger de nouveaux besoins de formation.

Bonne sélection de formations et à bientôt !

*Vincent Cattiaux
Directeur général*

Sommaire

Toutes les nouveautés formations depuis juin 2011

Edito	2
Sommaire	3

Communication et digital en partenariat avec **Stratégies**

Brand content	4
Trouver des sponsors et partenaires.....	4
Marketing et Digital en Chine	5
Techniques de créativité pour imaginer un concept de communication Nouveau	5
Relations presse pour non spécialistes Nouveau	6
Techniques orales pour les professionnels de la communication Nouveau	6
Analyser et maximiser votre performance sur mobile et tablette	7
Stratégie de marque sur Facebook Nouveau	7

Performance et développement collectif

S'appuyer sur les valeurs d'entreprise pour améliorer la performance collective	8
Reconnaître le travail de ses collaborateurs	8
Renforcez l'entraide et la coopération entre vos collaborateurs	9
(Re)donner du sens au travail	9

Management

Détectez les talents cachés de vos collaborateurs	10
Manager les différences dans son équipe.....	10
Training relationnel pour managers Nouveau	11
Manager, jouez votre rôle dans la prévention des risques psychosociaux Nouveau	11

Efficacité professionnelle et développement personnel

Powerpoint : les 6 secrets d'une présentation réussie	12
Ruptures de vie : accompagner un parent âgé en « perte d'autonomie »	12

Santé au travail

Logement : comment accompagner les personnes en difficulté Nouveau	13
Aide à l'enfance : comment intervenir, quel comportement adopter Nouveau	13
Tutelle, curatelle : comment accompagner les personnes protégées Nouveau	14
Psychologue en Santé au Travail	14
Burn-out : faire face au syndrome d'épuisement professionnel Nouveau	15

Sécurité

Maîtriser la gestion des AT/MP et alléger vos taux de cotisations	15
Membres du CHSCT Nouveau	16

Juridique

Externalisation & Travail illégal Nouveau	16
Organiser efficacement une relation de sous-traitance Nouveau	17
Panorama réglementaire pour les petites et moyennes entreprises	17

Finance, immobilier

Réconciliez-vous avec les chiffres	18
Structure et fonctionnement de la copropriété	18

Ressources humaines et gestion publiques

CYCLE : Piloter votre gestion des ressources humaines	19
Réduire l'absentéisme en prévenant les risques psychosociaux dans la fonction publique	20
Responsable communication du secteur public	20

Marchés publics

Marchés publics de défense	21
Le rendez-vous des fournisseurs des marchés publics	21

Gestion publique

Administrateur de garde à l'hôpital	22
---	----

Pilotage et gestion des ESMS

en partenariat avec Direction(s) Tirer parti des évaluations interne et externe:	22
--	----

Infos pratiques	23
Conditions générales de vente	24
Bulletin d'inscription	25



Brand content

Mettre en place une stratégie de contenu de marque efficiente

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Intégrer les leviers d'action du brand content
- Conjuguer sa démarche de contenus de marque avec sa stratégie globale sur le long terme
- Mesurer l'efficacité de son approche brand content dans l'ensemble de sa stratégie média

PROGRAMME

2j/14h : 1795 € HT (2146,82 € TTC) MH06

Le brand content : qu'est-ce que c'est ?

- Définition et caractéristiques
- Quelle utilité pour les consommateurs ?
- Les spécificités
- Les familles : brand éditorial, brand entertainment et brand culture
- Les acteurs : marques, médias et producteurs

Passer du « marketing de l'interruption » au « marketing de l'attention »

- Générer de l'authenticité et de la crédibilité
- Valoriser votre marque en portant une attention particulière à l'individu : passer de « consommateur » à « public »
- Remédier à la fragmentation de l'audience

Les contenus de marque en France et à l'international

- Les types de contenu : consumers magazines, programmes courts, applications, livres, événements...
- Une nouvelle approche du média : média acheté, créé et gratuit
- Histoire et tendances : de Michelin à Google, les grandes histoires du brand content

■ Cas pratiques : décryptage de best practices

Analyser et construire votre démarche

- Définir vos objectifs de marque en cohérence avec votre stratégie globale et vos publics
- Analyser et identifier un « territoire de contenus »
- Définir une cartographie des contenus
- Choisir la diversification logique et légitime en cohérence avec l'activité commerciale, la culture et l'identité de votre marque
- Envisager la co-création pour favoriser l'adoption

Concevoir l'idée pertinente

- Améliorer l'expérience produit
- Penser le contenu en fonction de l'insight consommateur et vous poser les bonnes questions

Équilibrer « brand » et « content »

- Quelle place accorder aux produits et quelle place donner à la marque ? Éviter d'être trop « brand centric »
- Les 6 clés pour mesurer l'élasticité de l'authenticité

■ Cas pratiques : définir des politiques de contenus

Quel déploiement média ?

- Piloter et programmer les contenus : identifier les sources, définir les modes de traitement, construire une « programmation » des contenus
- Définir votre approche multi-média : mettre le contenu au contact d'une audience qui va se l'approprier et renvoyer aux valeurs de votre marque
- Sélectionner les canaux de diffusion adaptés : internet, mobile, TV, réseaux sociaux, relations presse...
- Créer vos propres canaux de diffusion
- Mobiliser vos compétences internes
- Harmoniser votre déploiement média avec l'ensemble des manifestations de votre marque

Mesurer les résultats et optimiser l'efficacité de votre stratégie

- Définir vos budgets
- Estimer le retour sur investissement : l'impact direct sur vos ventes, l'engagement et l'efficacité sur la notoriété et l'image de votre marque

DATES

- Paris :
- 5-6 avril 2012
 - 2-3 juil. 2012
 - 10-11 déc. 2012

ANIMÉ PAR

Edouard Rencker
PDG
Makheia Group

PROFILS

- Directeur/responsable communication
- directeur/responsable communication externe
- directeur/responsable marketing
- chargé de la communication
- chef de projet marketing
- chef de marque
- planneur stratégique

LES +

- Des méthodologies et des outils pour mettre en place, étape par étape, votre stratégie de brand content
- De nombreux cas pratiques pour illustrer les différentes stratégies et vous mettre en situation dans les différents processus d'élaboration

Trouver des sponsors et partenaires...

Pour financer vos événements ou vos actions de communication

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Identifier ses partenaires potentiels et bâtir un discours adapté pour chacun d'eux
- Négocier avec aisance des partenariats financiers, institutionnels ou échanges marchandises
- Créer, cultiver et fidéliser son réseau de partenaires

Tarif association : 2j : 1545 € HT (1847,82 € TTC) 3j : 2115 € HT (2529,54 € TTC)

PROGRAMME

2j/14h : 1895 € HT (2266,42 € TTC) 3j/21h : 2595 € HT (3103,62 € TTC) V034

Analyser et optimiser les différents types de partenariats potentiels

- Mécénat culturel, sponsoring sportif, partenariat humanitaire...

Comprendre les enjeux de vos futurs partenaires

- Détecter leurs motivations, objectifs et risques
- Définir votre cible, les objectifs, développer un argumentaire
- Les contreparties partenariales : visibilité, notoriété, trafic, RP, Networking, services...

Améliorer le résultat de votre approche partenaires et sponsors

- Les 4 types d'actions possibles : publicité/ promotion, relations publiques, presse, communication interne
- Détecter les opportunités de partenariats et prospecter les organismes les plus pertinents
- Les méthodes de valorisation

■ Travail en sous-groupe : identifier les partenaires susceptibles de s'associer à un projet

Négocier avec aisance et efficacité

- Négocier les meilleurs prix et contreparties contractuelles
- CGV et modèles de contrat

Créer un dossier d'offre sponsoring et partenariat attractif on et off line

- Créer un argumentaire de vente
- Comment démultiplier sa communication on-line ?
- Les cas de diffusion : on line, édition, one to one, one to many

Nouer des partenariats avec les médias : magazines, PQR, PQN...

- L'évolution des medias off et on line, l'adéquation cible média et événement

- Attirer des partenariats financiers

Gérer la relation avec ses sponsors et partenaires

- Développer des collaborations durables et de qualité
- Renforcer les partenariats existants, animer son réseau de partenaires

■ Cas pratique : mettre en place une politique de partenariat

JOURNÉE COMPLÉMENTAIRE

Training et techniques pour vendre votre projet

«Vendre » à l'écrit sa démarche partenariale

- Construire un argumentaire écrit
- Les bonnes accroches, les bons angles d'attaque, la bonne formulation
- Être à l'aise dans l'expression écrite de tous les avantages offerts

Atelier écrit : mettre en scène son offre partenariale par écrit à partir d'un chemin de fer fourni.

« Vendre » à l'oral sa démarche partenariale

- Porter son offre partenariale avec conviction
- Capter l'attention de son auditoire dès le début de l'entretien
- Maîtriser l'entretien et acquérir les bases d'une négociation réussie

Training individuel avec restitution vidéo : développer ses talents oratoires pour optimiser l'adhésion de ses interlocuteurs

DATES

- Paris :
- 12-13 déc. 2011
 - 8-9-10 fév. 2012
 - 29-30-31 mai 2012
 - 8-9-10 oct. 2012
 - 12-13-14 déc. 2012

ANIMÉ PAR

Tanguy Mary
Gérant
DEUXIEME CHAPITRE -
Donnons une suite à votre histoire

PROFILS

- SECTEURS PRIVE, PUBLIC, ASSOCIATIF ET MEDIA
- Responsable marketing
- Responsable Communication
- Responsable partenariat
- Responsable communication événementielle
- Chargé de communication ou de projet

LES +

- Une application aux secteurs privés, publics, associatifs et medias
- Un socle théorique pour cerner toutes les opportunités de partenariat
- De nombreux exemples et cas pratiques
- Basé sur la problématique des participants avec conseils individualisés

Marketing et Digital en Chine

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Décoder le consommateur chinois : culture, attitudes, besoins et attentes
- Appréhender les enjeux du marketing en Chine et la complexité du paysage digital/social media chinois
- Identifier les opportunités pour les marques

PROGRAMME

1j/7h : 1095 € HT (1309,62 € TTC) KA27

Introduction au contexte culturel et au consommateur chinois

- Portrait d'une Chine singulière et plurielle : traditions, segmentations géographiques et disparités sociales
- Décryptage du consommateur chinois : « Global lifestyle, Chinese mindset »
- Quels enseignements pour les marques (globales) occidentales ?

Construire sa marque en Chine : enjeux et opportunités

- L'évolution du modèle chinois : de l' « Usine » à l' « Atelier » du monde / du « made in » au « made for »
- Faut-il adapter son positionnement et son offre au marché chinois ? Comment ?

■ Etude d'exemples concernant les marchés mode, cosmétiques, équipements de sports, technologie, Food&Beverages, Luxe...

- L'identité visuelle en Chine : l'importance des logos. Faut-il traduire les blocs marques ? Quels risques et opportunités ?
- Comment émerger ? Quid d'une personnalité, la place des bloggers, le sponsoring : les erreurs à ne pas commettre

Comprendre les spécificités du media télévision en Chine

- Panorama : typologies des acteurs, fragmentation géographique et investissements publicitaires
- Communiquer à la TV : tickets d'entrée, créneaux aux enchères
- Le Branded Content : l'eldorado ?

Découvrir l'écosystème Digital, Social Media et Mobile Chinois

- Panorama du marché : données, singularités, fragmentation et localisation, les acteurs de l'internet et des réseaux sociaux
- Tendances : convergence, concentration et internationalisation
- L'internaute et le mobinaute chinois : comportements et attentes
- Le e-commerce chinois, 1^{er} marché mondial online : comment vendre en ligne ? Les pièges à éviter et les Best practices
- Décrypter le phénomène de micro-blogging : acteurs, consommation et perspectives. Quelles opportunités pour les marques ?
- La vidéo en ligne : acteurs, contenus, consommation et perspectives
- La géo-localisation : les acteurs, les usages et les Best practices
- Le mobile : données et acteurs. Comment vendre aux mobinautes chinois ? Comment créer et fidéliser une communauté ? Exemples

■ Focus sur le luxe en Chine

- Marché : états des lieux et perspectives
- Le(s) consommateur(s) chinois du luxe et les tendances de consommation
- Luxe et e-commerce : qui sont les acteurs ?
- Luxe et réseaux sociaux : comment les marques engagent-elles les « netizens » chinois ?
- Communication du luxe en Chine : les erreurs à ne pas commettre

DATES

- Paris : • 12 juin 2012
• 20 nov. 2012

ANIMÉ PAR

Laure de Carayon
Consultante,
Fondatrice de China Connect

PROFILS

- Responsable marketing
- Responsable communication
- Planner stratégique
- Responsable digital et social media
- Responsable media

LES +

- Une vraie base de culture générale sur les enjeux marketing et l'écosystème digital en Chine
- Des insights très riches
- Des cas pratiques (secteurs Grande Consommation, Luxe) et des Best Practices
- Des repères et données clés.

Techniques de créativité pour imaginer un concept de communication

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Maîtriser les techniques et outils de génération d'idées performantes
- Inventer des concepts de communication innovants et efficaces pour mieux se distinguer
- Utiliser ces techniques en toute autonomie et diffuser un état d'esprit créatif au sein de son équipe

PROGRAMME

3j/21h : 2645 € HT (3163,42 € TTC) V038

La créativité, comment ça marche ?

- Mettre la technique au service des idées
- Comment se construit le processus créatif ? Explication du processus de « divergence et convergence »
- Analyse d'exemples concrets de concepts créatifs

Quel est votre profil créatif ?

- Test d'autoévaluation Foursights® : découvrez quel est votre principal type de créativité ? Comment manager ces profils en entreprise ?
- Analyse et utilisation des résultats pour le management de la créativité de l'équipe

L'art de séduire les médias par l'accroche

- Partir du titre pour trouver un concept neuf
- Travailler son humour, source d'idées décalées...

■ Cas pratique : jeux de mots

- Présentation de 5 techniques créatives pour trouver un titre hypercutant

RP, Event, Strat de Comm'... Maîtriser l'art de surprendre son public !

- Trois techniques spécifiques pour oser la prise de risque
- Comment trouver un axe original et cohérent d'un concept ?
- La rencontre forcée, source d'idées à contre courant

■ Cas pratique : l'agence tout risque

- Prise de conscience autour de la prise de risque créative et exercices pratiques

Distinguer les VBI (vraies bonnes idées) des FBI (fausses bonnes idées)

■ Cas pratique : évaluation & variations

- Comment évaluer une idée par rapport à une autre ?

- Mise en pratique des systèmes évaluatifs sur les différents concepts créés
- Création d'une matrice d'évaluation

Transformer une idée géniale en projet vendu

- L'art de présenter son projet de façon innovante aux décideurs
- Renouveler l'objet dossier de presse pour démultiplier les retombées presse

■ Cas pratique : emballer pour emballer

- Pourquoi l'art de présenter un projet le protège et lui donne une longueur d'avance ?
- Présentation de 5 techniques créatives au service de la promotion

Maîtriser le processus créatif dans son intégralité et animer une session de créativité

- Comprendre les ressorts de la créativité et maîtriser des techniques pour générer des idées innovantes, c'est une étape formidable. Maîtriser le processus créatif dans son intégralité et animer une session de créativité, c'est encore mieux ! Durant cette journée vous allez découvrir et apprendre (par la pratique) les notions essentielles de l'art de la facilitation créative.

Devenez animateur de groupe créatif : journée pratique

- Quels exercices mettre en place pour instaurer une confiance dans le groupe ?
- Comment amener les participants d'un groupe à « se lâcher » vraiment dans leur créativité ?
- Quelles sont les astuces des facilitateurs pour remobiliser les participants d'un workshop ?
- Quels jeux permettent de booster l'énergie d'un groupe ?
- Comment transformer des dizaines d'idées en fiches concepts exploitables ?

DATES

- Paris : • 21-22-23 mars 2012
• 23-24-25 mai 2012
• 27-28-29 juin 2012
• 26-27-28 sept. 2012
• 28-29-30 nov. 2012
• 12-13-14 déc. 2012

Lyon :

- 13-14-15 juin 2012
• 22-23-24 oct. 2012

ANIMÉ PAR

Rémi Sabouraud
Consultant en créativité
Goût d'idées

PROFILS

- Directeur et responsable communication
- Responsable des relations extérieures
- Responsable des relations publiques

LES +

- Formation limitée à 12 participants

Relations presse pour non spécialistes

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Intégrer les bases nécessaires pour une bonne politique de relations presse
- Maîtriser les différents outils, classiques et digitaux des relations presse
- Mesurer l'efficacité des actions de relations presse

PROGRAMME

2j/14h : 1795 € HT (2146,82 € TTC) KA24

Intégrer les relations presse dans la stratégie globale de communication

- RP : définitions, enjeux et rôle stratégique
- Les enjeux des RP à l'ère du digital

Les différentes étapes d'élaboration d'une stratégie de relations presse

- Les critères à prendre en compte dans la vie de l'entreprise
- Définir les objectifs et les cibles des relations presse
- De la notion d'image à la gestion de la réputation, et de la e-réputation

■ Cas pratique : définir des objectifs et cibles des relations presse dans un cas de communication produit

Maîtriser les particularités et les évolutions des différents supports et types de presse

- Panorama des différentes catégories de presse écrite
- La presse gratuite, la presse en ligne, les agences de presse spécialisées et les portails
- Appréhender les différents modes de fonctionnement de la presse et des journalistes : organisation des équipes rédactionnelles, impératifs de production, délais de bouclage
- Les évolutions récentes de la presse et du métier de journaliste : apports de l'ère digitale, réduction des équipes rédactionnelles, rôle croissant des pigistes

■ Cas pratique : concevoir une stratégie de communication basée sur les relations presse

Organiser les modes de relations avec les journalistes

- Quelles sont les occasions de communiquer avec les journalistes ?
- Comment traiter l'information et choisir les angles d'attaque
- Décliner le message en fonction de la cible presse
- Construire le plan de communication

Analyser les avantages et inconvénients des différents modes de relation avec les journalistes

- Panorama des outils écrits : communiqué, dossier de presse...
- Les réseaux sociaux
- Les outils oraux et les occasions de contact direct avec les journalistes : conférences, petits déjeuners, visites d'usine...

■ Etude de cas : choisir des modes de relations avec les journalistes adaptés dans un cas de communication institutionnelle

■ Focus : comment organiser la relation avec les blogueurs ?

Communiqué, dossier de presse... : utiliser avec pertinence les différents outils d'information auprès des journalistes

- Communiqué, one to one, conférence... : optimiser la combinaison de ces outils en fonction de vos objectifs
- Structurer un communiqué attractif : les règles de base
- Constituer un dossier de presse complet et adapté

Comment préparer une interview : règles et codes conventionnels

- Identifier l'historique relationnel et les attentes du journaliste
- Le comportement à adopter pendant l'interview : dangers de l'improvisation, les tics oratoires, la gestuelle...

Valoriser les relations presse

- Du fichier électronique aux études quanti et quali
- Mesurer l'efficacité des RP
- Analyser les retombées rédactionnelles et l'objectivité des journalistes

■ Cas pratique : mesurer les retombées d'une action de relations presse

DATES

- Paris :
- 19-20 mars 2012
 - 2-3 juil. 2012
 - 15-16 oct. 2012
 - 26-27 nov. 2012

ANIMÉ PAR

Philippe MOREL

Consultant en communication, auteur de « Pratique des Relations Presse » (Ed. Dunod)

PROFILS

- Cette formation s'adresse à l'ensemble des professionnels de la communication souhaitant maîtriser les fondamentaux des relations presse

LES +

- Une vision stratégique ainsi que l'apport d'outils opérationnels pour vous aider à maîtriser les fondamentaux des relations presse, qu'il s'agisse de communication produit ou institutionnelle

Techniques orales pour les professionnels de la communication

Pour accroître votre aura et rendre plus impactantes vos interventions

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Savoir faire passer une idée, un concept de communication, un projet ou un plan d'actions
- Gagner en confiance pour créer une dynamique autour de soi
- Maîtriser toutes les situations orales : faces à faces, brainstorming, présentations en plénière...

PROGRAMME

2j/14h : 1795 € HT (2146,82 € TTC) KA26

La nécessité de faire rêver avant toute chose

- Etablir les différentes configurations de prise de parole : séances de brainstorming, brief, exposé d'une idée, animation d'une équipe, présentation en plénière
- Tenir compte du triptyque ERM
- Comment donner corps à une idée, à un concept, à un projet qui n'existe pas encore ?
- Apprendre à être dans la CO-CREATION permanente

Se centrer sur l'Autre pour réussir à en faire un allié

- Décrypter les attentes de ses interlocuteurs
- Maîtriser toutes les étapes d'un entretien gagnant
- Connaître les ressorts des positions basse et haute
- Optimiser les relations one to one et one to few

■ Mise en situation de conduite d'entretiens

Brief à un prestataire, exposition d'une problématique de communication...

Découvrir son potentiel caché et gagner en confiance en soi

- Parvenir à l'équilibre grâce au pentagramme de Ginger
- Tenir compte de ses 5 dimensions : Corps, Cœur, Tête, Social, Valeurs
- Parler avec ses silences et ses émotions
- Moduler sa voix selon les contextes de communication
- Techniques de respiration, de relaxation, de gestion du stress

Dépasser ses faiblesses oratoires pour mieux convaincre

- Connaître les 10 points majeurs à maîtriser
- Se mettre en scène à travers le verbal comme le non verbal
- Apprendre à visualiser sa prise de parole à l'avance
- S'approprier les 5 C du champion pour accroître ses performances oratoires

■ Travail filmé au caméscope :

Mise en situation où l'on apprend à formuler une stratégie de communication en lui donnant du sens

Argumenter avec aisance dans tous les contextes de communication

- Se poser les bonnes questions
- Acquérir la règle des 6 « gares »
- S'initier aux 4 techniques d'argumentation possibles
- Informer ou mobiliser ?
- Traiter les objections positives comme négatives

Développer son argumentation en alternant registre rationnel et émotionnel

- Donner à imaginer en étant clair et concis : le QQCPOQ
- Donner à ressentir tout autant qu'à comprendre
- Donner envie en impliquant ou valorisant ses interlocuteurs
- Utiliser l'improvisation : quelques clés

■ Travail filmé au caméscope

Mise en situation où l'on apprend à argumenter un plan d'actions devant un auditoire nombreux

Transformer chacune de ses interventions en une histoire à raconter

- Mettre l'Art du Conte au service de ses interventions
- Savoir capter avant de captiver, captiver avant de convaincre
- S'engager pour mieux engager son auditoire
- S'approprier les 5 étapes d'une histoire inoubliable

Apprendre à être un conteur d'histoire

- Trouver du plaisir dans le lâcher prise

■ Travail filmé au caméscope

Mise en situation où l'on apprend à « embarquer » ses interlocuteurs

DATES

- Paris :
- 13-14 mars 2012
 - 19-20 juin 2012
 - 27-28 sept. 2012

ANIMÉ PAR

Tanguy Mary

Gérant
DEUXIEME CHAPITRE -
Donnons une suite à votre histoire

PROFILS

- Directeurs et responsables communication chez l'annonceur
- Chargé de communication
- Managers, commerciaux et chef de projet en agence

LES +

- Une formation adaptée à tous les profils de communicants
- Le recours à l'approche de la centration sur l'Autre pour gagner en impact
- De nombreuses mises en situation filmées et les conseils personnalisés d'un coach spécialisé dans la communication
- Formation limitée à 10 participants

Analyser et maximiser votre performance sur mobile et tablette

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Mesurer et améliorer la performance de vos campagnes d'acquisition de trafic
- Améliorer la fidélisation de vos clients mobiles
- Maximiser les revenus publicitaires générés par votre audience mobile

PROGRAMME

2j/14h : 1795 € HT (2146,82 € TTC) MH07

Le fonctionnement des stores d'application

Les classements et catégories, le référencement naturel, le ranking, la saisonnalité, l'impact du pricing

Analyser le comportement des « smartphonautes »

Les techniques pour promouvoir votre application et/ou votre site mobile

L'auto-promotion, le display mobile, le search mobile, le blog marketing, le community marketing, le push marketing, le marketing viral

Entrer dans les tops des rankings

- Orchestrer les différents leviers
- Mettre en place une stratégie de temps fort
- Mesurer le R.O.I. de vos actions

Utiliser les outils de tracking du R.O.I.

- Les positions dans les stores
- Le nombre de téléchargements/visites
- Les notes et commentaires dans les stores
- Le R.O.I. des achats médias mobile

■ Cas pratiques : mettre en place des campagnes mobile-to-mobile, web-to-mobile et offline-to-mobile optimales

Monitorer les KPIs : indicateurs clés de performance

- La position de votre application dans le classement général
- Les Coût par Clic, Coût par Téléchargement, Coût au Lead
- Le taux de transformation
- La Life Time Value...

■ Cas pratique : analyser un tableau classique de KPIs et ses axes d'amélioration

Être en capacité de mesurer la fidélisation de vos clients (porteurs d'applications et/ou visiteurs de votre site mobile)

- Les outils d'analytics mobile
- Les KPIs et statistiques moyennes

Connaître individuellement vos mobinautes

Améliorer la réactivité de vos mobinautes

- Le push notification
- Les scénarii possibles en m-CRM : welcome push, wake up push, cross push...

■ Etude de cas : analyser des campagnes impactantes avec des retombées sur les réseaux sociaux ou le CRM

Mesurer et maximiser les revenus publicitaires générés par votre audience : utiliser le Display Mobile « standard »

L'adserver, la régie, les formats « display », les principaux adnetworks mobiles, l'indicateur clé de rentabilité, l'e-CPM généré grâce à des algorithmes en temps réel

Recourir au sponsoring d'application

Principe, mode de fonctionnement et modèle économique

■ Cas pratique : comparer les revenus entre une application payante et une application gratuite sponsorisée par un annonceur affinitaire

Instaurer des formats innovants et complémentaires

- Les corners de « bons plans » en marque blanche
- La commercialisation de votre base d'abonnés push
- Les billets sponsorisés

DATES

- Paris :
- 14-15 déc. 2011
 - 29-30 mars 2012
 - 20-21 juin 2012
 - 10-11 déc. 2012

ANIMÉ PAR

Jérôme Stioui

Président & co-fondateur du groupe Ad4Screen

PROFILS

- Directeur et responsable communication
- Directeur et responsable marketing/e-marketing
- Directeur de l'innovation
- Responsable marketing mobile
- Responsables web et nouveaux médias
- Chef de produit/projet développement digital
- Directeur des systèmes d'information

LES +

- Une boîte à outils complète de la mesure et de l'optimisation de la performance sur mobile et tablette
- De nombreux cas pratiques pour s'exercer

Stratégie de marque sur Facebook

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Définir sa stratégie de marque sur Facebook
- Mettre en oeuvre sa stratégie on-line : paramétrer et créer sa page, recrutement de fans...
- Mesurer le ROI de ses actions

PROGRAMME

2j/14h : 1795 € HT (2146,82 € TTC) BJ21

Facebook en chiffres

- Grands principes, chiffres et audiences
- Les attentes des utilisateurs

■ Etude de cas : 3 success stories Facebook « à la loupe »

Définir sa stratégie de marque sur Facebook

- Quelle place attribuer à Facebook au sein de sa stratégie digitale / médias sociaux ?

- Facebook Connect ou page fan : comment choisir entre les deux ?

- Stratégie cross linking : une page de marque ou plusieurs pages de marque ? Une page par pays ou une page internationale ?

■ Cas pratique : élaborer la stratégie de marque internationale d'un grand groupe

Lancer une page de marque : best practices

- Promesse de marque : quels objectifs, quelle communication

- Création opérationnelle de la page : importance dans le choix du nom, gestion des options avancées, onglets, charte de modération...

- Ecoute : repérer les pages parlant déjà de votre marque pour le recrutement de fans

- Récupérer une page avec votre nom de marque utilisée par un tiers

■ Cas pratique : créer et paramétrer une page Facebook

Acquérir des fans

- Optimiser l'ergonomie de la page
- Applications : quelle utilité dans le recrutement ?

■ Etude de cas : les applications qui marchent

Intégrer Facebook à sa stratégie de communication

- Les FCS d'une bonne campagne au CPC (coût par clic)
- Les différents formats de publicité display sur Facebook

■ Cas pratique : médiatiser une page de marque, un site internet, une application, une vidéo... avec Facebook

Animer et fidéliser sa communauté dans le temps

- Définir sa stratégie d'animation annuelle en lien avec son plan marketing

- Introduire des notions commerciales dans le flux de conversation

- Créer de l'engagement au quotidien

- Focus sur l'advergaming de marque

■ Cas pratique : définir et mettre en place sa stratégie de fidélisation

Mesurer le ROI de ses actions

- Déterminer des KPI
- Le coût du fan à la loupe

■ Cas pratique : définir et piloter des KPI dans le temps

Transformer les fans en clients

- Transformer ses fans en prescripteurs de marque
- Créer des liens entre page fan et point de vente
- Comment vendre sur Facebook ?

■ Etude de cas : focus sur Facebook lieux

DATES

- Paris :
- 12-13 avril 2012
 - 4-5 juil. 2012
 - 5-6 déc. 2012

ANIMÉ PAR

Frédéric Farrugia

Directeur associé, You to You.

Adrien Cusinberche

Directeur de clientèle, You to You.

PROFILS

- Responsables/directeur marketing et communication
- Responsables internet/community manager/social média
- Acheteurs média
- Annonceurs qui souhaitent utiliser les ressources offertes par Facebook.

LES +

- Une formation très concrète et opérationnelle

S'appuyer sur les valeurs d'entreprise pour améliorer la performance collective

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Renforcer le sentiment d'appartenance des collaborateurs envers l'entreprise
- Mobiliser les collaborateurs pour atteindre des objectifs stratégiques
- Faire vivre les valeurs au quotidien pour améliorer les comportements collectifs

PROGRAMME

1j/7h : 1095 € HT (1309.62 € TTC) PG28

■ Atelier d'échanges : qu'entend-on par « valeur » ?

Comprendre l'importance des valeurs dans le management d'une organisation

- innovation, sens du client... : comprendre ce que sont les valeurs

- Pourquoi mettre en place un projet autour des valeurs ? Mobiliser les collaborateurs vers des objectifs stratégiques, conduire le changement...
- Quels bénéfices attendre d'une démarche centrée sur les valeurs d'une organisation
- Quels sont les risques si les valeurs ne sont pas claires ou pas partagées

Décliner les valeurs revendiquées par la direction en comportements quotidiens attendus

- Définir des comportements cohérents avec les valeurs grâce à la pyramide de changement des niveaux logiques (Robert Dilts)

■ Etude de cas : exemples d'utilisation des valeurs pour améliorer la performance collective

Confronter les valeurs revendiquées par l'entreprise à celles des collaborateurs

- Animer la confrontation entre les valeurs revendiquées par la direction et les valeurs individuelles des personnels
- Organiser les échanges de points de vue et les groupes d'élaboration de solutions partagées pour que chacun se retrouve dans les valeurs collectives

■ Regards croisés : faites le point sur les valeurs de votre organisation

Expliquer aux salariés les valeurs et les comportements attendus

- Faire adhérer les manager et les collaborateurs aux valeurs et les aider à s'approprier les comportements attendus qui en découlent
- Choisir des outils pédagogiques et interactifs : formation, théâtre d'entreprise, challenge interne...

Évaluer l'évolution des comportements des collaborateurs dans la durée

- Les méthodes pour évaluer les comportements et leur évolution dans le temps : entretiens d'évaluation, management reviews, 360°...
- Exemples d'outils d'évaluation : questionnaire, guide d'entretien...

■ Etude de cas : traduire les valeurs en comportements créateurs de performance

■ Autodiagnostic : les valeurs de votre organisation sont-elles mises en pratique ?

Comment piloter un projet centré sur les valeurs ?

- Les différentes approches méthodologiques en 3 étapes : formulation des valeurs par la direction, traduction en comportements par l'encadrement, mise en œuvre
- Le pilotage du projet : quelles équipes, quelle organisation interne, quand faire appel à des prestataires externes...

■ Plan de réflexion personnel : comment aborder la question des valeurs dans votre organisation ?

DATES

- Paris :
- 23 mars 2012
 - 14 juin 2012
 - 4 déc. 2012

ANIMÉ PAR

Jean François Maréchal

Consultant en accompagnement du changement

PROFILS

- Toute personne souhaitant s'appuyer sur les valeurs de son organisation pour développer la performance collective et individuelle : notamment dirigeant, DRH, RRH, manager, coach, consultant, professionnel de la santé au travail... au sein d'un établissement privé, public ou associatif.

LES +

- De nombreux ateliers pour mettre en pratique les concepts abordés et co-construire des pistes de réflexion
- Des échanges entre les participants et le formateur pour enrichir la réflexion et prendre de la hauteur
- Des méthodes illustrées par des exemples et des cas concrets
- Un dispositif pédagogique conçu en 3 étapes : compréhension des mécanismes, mise en œuvre et plan de réflexion personnel

Reconnaître le travail de ses collaborateurs

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Comprendre les mécanismes et enjeux de la reconnaissance au travail
- Utiliser la reconnaissance pour favoriser l'engagement de ses collaborateurs
- Connaître et utiliser les principaux leviers de la reconnaissance au travail

PROGRAMME

1j/7h : 1095 € HT (1309.62 € TTC) PG29

■ Quiz : quelle est votre définition de la reconnaissance ?

La reconnaissance au travail : les apports de la psychosociologie des organisations

- Les différentes approches du concept de reconnaissance au travail
- Chiffres clés : résultats d'études et tendances de fond
- Les différents types et niveaux de reconnaissance

Pourquoi est-il important de développer une culture de la reconnaissance au travail ?

- Les bénéfices liés à la reconnaissance : attachement au travail, entraînement...
- Les risques liés à un manque de reconnaissance : démotivation, bris de confiance, risques psychosociaux...

■ Etude de cas : comment reconnaître le travail accompli ?

Où en est la reconnaissance au sein de votre organisation ou équipe ?

- Les outils pour évaluer le niveau de reconnaissance individuel et collectif au sein de votre organisation : enquête interne, échanges, débats...
- Les indicateurs et signaux pour mesurer la reconnaissance : absentéisme, turnover, bienveillance...
- Interpréter les résultats d'enquêtes et indicateurs : identifier les problèmes non exprimés, distinguer reconnaissance perçue et réelle

■ Echanges d'expérience : comment s'exprime la reconnaissance au sein de votre organisation ?

Mettre en place des actions de reconnaissance qui favorisent la performance

- Comment chaque acteur d'une organisation peut contribuer à développer une culture de la reconnaissance : direction générale, DRH, manager
- S'appuyer sur le CHSCT, les IRP et organisations syndicales
- Les signes de reconnaissance : la formation, les possibilités d'évolution, les conditions et l'environnement de travail...
- Les outils RH pour mettre en œuvre la reconnaissance : GPEC, formation managériale, entretiens individuels, réunions d'équipe...
- Réagir à un manque de reconnaissance exprimé par un ou plusieurs collaborateurs

■ Atelier pratique : mettre en place un plan d'action pour valoriser le travail effectué

Quand et comment manifester de la reconnaissance ?

- Les conditions de la reconnaissance : authenticité/congruence, considération positive inconditionnelle...
- Comment manifester de la reconnaissance : de façon individuelle ou collective, informelle ou formelle...
- Choisir le bon moment en fonction de la situation et des enjeux

■ Simulation d'entretien individuel : exprimer de la reconnaissance envers un collaborateur

■ Plan de réflexion personnel : comment faire de la reconnaissance un levier de compétitivité au sein de votre organisation/équipe

DATES

- Paris :
- 29 mars 2012
 - 20 juin 2012
 - 5 déc. 2012

ANIMÉ PAR

Bernard Gbézo

Psychosociologue et consultant

PROFILS

- Toute personne souhaitant s'appuyer sur la reconnaissance pour motiver et améliorer la performance des collaborateurs et des managers : notamment dirigeant, DRH, RRH, manager, coach, consultant, professionnel de la santé au travail... au sein d'un établissement privé, public ou associatif.

LES +

- De nombreux ateliers pour mettre en pratique les concepts abordés et co-construire des pistes de réflexion
- Des échanges entre les participants et le formateur pour enrichir la réflexion et prendre de la hauteur
- Des méthodes illustrées par des exemples et des cas concrets
- Un dispositif pédagogique conçu en 3 étapes : compréhension des mécanismes, mise en œuvre et plan de réflexion personnel

Renforcez l'entraide et la coopération entre vos collaborateurs

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Connaître les techniques de coopération pour renforcer l'efficacité collective
- Favoriser la solidarité et l'entraide au sein d'une équipe ou entre plusieurs services
- Recréer et développer du lien social pendant les périodes difficiles

PROGRAMME

1j/7h : 1095 € HT (1309.62 € TTC) PG30

■ Echange d'expériences : quelles problématiques liées à l'entraide rencontrez-vous ?

La solidarité : un état d'esprit ?

- Chiffres clés et résultats d'étude : pourquoi s'intéresser à la solidarité ?
- Tendances sociétales : individualisme, cloisonnement des équipes, besoin de recréer du lien social...
- Les différentes formes et niveaux de solidarité : rassurer, accompagner...
- Identifier les freins à la solidarité : différence de niveau, de statut, de personnalité...

Comprendre l'impact de la solidarité sur un collectif de travail

- La solidarité, un levier de performance, de santé mentale et de mieux-être au travail
- Les bénéfices liés à une solidarité authentique : cohésion d'équipe, amélioration des relations interpersonnelles...
- Les risques liés à un manque de solidarité : compétition malsaine, rétention d'information...

Évaluer le niveau d'entraide au sein de votre structure ou de votre équipe

- Les critères d'évaluation possibles : isolement, ambiance dégradée...
- Identifier les tensions éventuelles et leurs origines

■ Table ronde : regards croisés sur les différentes façons de favoriser la solidarité

Créer les conditions favorisant la coopération entre les collaborateurs

- Faire preuve de leadership pour créer un climat de coopération

- Prendre soin de l'environnement de travail pour donner du plaisir à travailler ensemble
- Promouvoir l'esprit de coopération mutuelle : confiance, respect...

Améliorer l'esprit d'entraide et la coopération entre les collaborateurs

- Faciliter le soutien mutuel et l'ajustement de la charge de travail
- Favoriser une communication fluide au sein des équipes
- Concilier objectifs de travail individuels et performance collective
- Choisir les outils à utiliser : groupes de parole, espaces de libre expression, rituels de célébration de lien...

■ Etude de cas : analyse d'actions favorisant la coopération

Resserrer les liens pour surmonter ensemble les difficultés

- Anticiper et traiter les tensions et les conflits (rivalités internes, désaccords...)
- Surmonter les périodes de changement grâce à la force du collectif
- Maintenir un esprit de solidarité, un équilibre émotionnel et une santé mentale positive

■ Cas pratique : élaborer un plan d'action pour restaurer l'entraide entre les collaborateurs

■ Plan de réflexion personnel : comment agir sur la solidarité entre les collaborateurs au sein de votre organisation

DATES

- Paris :
- 3 avril 2012
 - 28 juin 2012
 - 6 décembre 2012

ANIMÉ PAR

Bernard Gbézo

Psychosociologue et consultant

PROFILS

- Toute personne souhaitant s'appuyer sur l'entraide et la coopération pour mobiliser les collaborateurs et les managers : notamment dirigeant, DRH, RRH, manager, coach, consultant, professionnel de la santé au travail... au sein d'un établissement privé, public ou associatif.

LES +

- De nombreux ateliers pour mettre en pratique les concepts abordés et co-construire des pistes de réflexion
- Des échanges entre les participants et le formateur pour enrichir la réflexion et prendre de la hauteur
- Des méthodes illustrées par des exemples et des cas concrets
- Un dispositif pédagogique conçu en 3 étapes : compréhension des mécanismes, mise en œuvre et plan de réflexion personnel

(Re)donner du sens au travail

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Recréer du sens pour favoriser la motivation et l'engagement des collaborateurs
- Améliorer le climat et le fonctionnement de son organisation
- Développer les capacités d'initiative, d'adaptation et de transversalité des collaborateurs

PROGRAMME

1j/7h : 1095 € HT (1309.62 € TTC) PG31

■ Atelier pratique : comprendre les mécanismes de la construction du sens

Donner du sens au travail : principes fondamentaux

- Chiffres clés, définitions et éclairage sociétal
- Les risques liés à une perte de sens sur l'efficacité d'une organisation : démotivation, dysfonctionnements, risques psychosociaux...
- Comprendre pourquoi il est important de donner du sens au travail : engagement des collaborateurs, esprit d'initiative, climat social...

■ Regards croisés : échanges autour du sens au travail et de la notion d'utilité

Connaître les facteurs pouvant conduire à une perte de sens

- Quand les informations ne redescendent pas, les incompréhensions, les rumeurs...
- L'impact du management par les indicateurs de performance qui perd de vue le contenu du travail vécu

Les outils pour savoir comment les collaborateurs perçoivent leur rôle et l'utilité de leur travail

- Les différents types d'écoute du terrain : entretien professionnel, réunion d'équipe...
- Savoir structurer et exploiter un entretien professionnel
- Les facteurs à considérer : discours dominant au sein d'une organisation, attentes individuelles des collaborateurs...
- Identifier les problèmes de comportements et comprendre leur origine

Les leviers pour aider les collaborateurs à mieux percevoir le sens et l'utilité de leur travail

- Communiquer sur la stratégie de l'entreprise (ou organisme public), sa vision et ses objectifs
- Définir des objectifs individuels clairs et cohérents avec la stratégie générale
- Montrer de quelle manière les missions d'un collaborateur s'inscrivent dans un objectif collectif
- Créer un sentiment d'appartenance
- Aider les collaborateurs à prendre conscience de leur utilité

Comment communiquer au quotidien pour insuffler du sens ?

- La communication institutionnelle : communiquer auprès de tous les collaborateurs, utiliser les managers comme relai de proximité, mettre en place une démarche participative
- La communication managériale : écoute quotidienne, entretiens professionnels, réunions participatives...
- La communication RH : entretien individuel...
- Mettre en place un coaching d'équipe

■ Atelier : définir un plan d'action pour résoudre une problématique de sens

■ Plan de réflexion personnel : comment aborder la question du sens dans votre organisation ?

DATES

- Paris :
- 30 mars 2012
 - 4 juil. 2012
 - 7 déc. 2012

ANIMÉ PAR

Jean François Maréchal

Consultant en accompagnement du changement

PROFILS

- Toute personne souhaitant recréer du sens et faire prendre conscience à ses collaborateurs de leur utilité : notamment dirigeant, DRH, RRH, manager, coach, consultant, professionnel de la santé au travail... au sein d'un établissement privé, public ou associatif.

LES +

- De nombreux ateliers pour mettre en pratique les concepts abordés et co-construire des pistes de réflexion
- Des échanges entre les participants et le formateur pour enrichir la réflexion et prendre de la hauteur
- Des méthodes illustrées par des exemples et des cas concrets
- Un dispositif pédagogique conçu en 3 étapes : compréhension des mécanismes, mise en œuvre et plan de réflexion personnel

Détectez les talents cachés de vos collaborateurs

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Cartographier les compétences de ses collaborateurs pour leur confier les bonnes missions
- Conjuguer les talents de son équipe pour améliorer la performance collective
- Gagner en confort dans son management grâce au Map'UP®

PROGRAMME

2j/14h : 1595 € HT (1907.62 € TTC) LR26

1- Décrypter son fonctionnement et analyser les rouages de son efficacité personnelle

- Etudier ses mécanismes d'action et d'évolution : comment je m'adapte au changement, qu'est-ce qui fait que je réussis ?
- Mieux comprendre ses réactions de défense, ses causes de fatigue et ses facteurs de stress
- Déceler sa valeur ajoutée personnelle et prendre conscience de ses dispositions naturelles
- Dresser le bilan de son style de management

■ **Valid'acquis : repérer ses logiques personnelles et professionnelles de réussite grâce au Map'UP-Révélateur de Talents®.**

2- Exploiter son potentiel et trouver sa posture managériale d'excellence

- Comment utiliser ses compétences non exploitées ?
- Repérer l'environnement idéal dans lequel ses talents peuvent se déployer
- Mettre en œuvre sa posture managériale d'excellence dans sa fonction, face à son équipe, à sa hiérarchie, à son organisation
- Apprendre à valoriser ses atouts et compétences avec subtilité

■ **Valid'acquis : construire un plan d'actions visant à exprimer ses talents dans sa fonction et à renforcer son efficacité professionnelle.**

3- Mieux comprendre pour mieux manager : déceler les compétences cachées de ses collaborateurs

- Repérer la valeur ajoutée spécifique de chacun
- Décrypter le rapport à l'autorité, au refus, à la critique, à la reconnaissance, au stress...
- Comprendre les ressorts de la motivation de chacun pour susciter l'engagement
- Respecter les modes de fonctionnement individuel et accorder le juste degré d'autonomie
- Fixer des objectifs individualisés : confier les bonnes missions au bon collaborateur

■ **Valid'acquis : mises en situation d'entretiens d'évaluation et de fixation d'objectifs.**

4- Combiner habilement les talents de son équipe pour renforcer l'intelligence collective

- Accompagner son équipe avec habileté dans les défis à relever (changement, objectifs ambitieux, crise, projet important...)
- Communiquer avec intelligence pour déjouer les pièges de la différence et démontrer la valeur ajoutée de chacun
- Encourager la montée en expertise et l'évolution professionnelle de ses collaborateurs
- Apprendre à constituer au mieux de futures équipes de travail

■ **Valid'acquis : quelles actions mettre en place pour renforcer la cohésion d'équipe et que chacun se sente « à sa juste place » ?**

DATES

- Paris :
- 6-7 mars 2012
 - 5-6 juin 2012
 - 21-22 sept. 2012

ANIMÉ PAR

Isabelle Cauvin
Coach-médiateur certifiée

Anne Lanièce
Formatrice en Management et Ressources Humaines

PROFILS

- Tout manager ou dirigeant souhaitant travailler sur soi pour mieux comprendre son fonctionnement et exploiter les compétences et talents cachés de ses collaborateurs.

LES +

- A l'issue de la formation, chaque participant dispose de son Map'UP® : un véritable « mode d'emploi » de ses logiques de fonctionnement personnelles.
- 70 % de training actif en ateliers pour une mise en pratique dès son retour en entreprise.
- Formation limitée à 8 participants.

Manager les différences dans son équipe

Stimuler ce qui rassemble, limiter ce qui divise...

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Adapter son management aux différences (personnalité, âge, culture...)
- Limiter les incompréhensions et les dysfonctionnements au sein de son équipe
- Créer des référentiels communs pour mieux travailler ensemble

PROGRAMME

2j/14h : 1595 € HT (1907.62 € TTC) LR25

1- Repérer les différences existant au sein de son équipe

- Prendre conscience des différences inhérentes en chacun de nous
- Mesurer leurs avantages et inconvénients pour l'équipe et l'entreprise
- Evaluer son « Profil et Quotient Diversité » (PQD)
- Analyser sa capacité à gérer les différences et définir ses points d'amélioration

■ **Valid'acquis : test PQD pour obtenir une cartographie des types de différences en action dans son équipe et prendre conscience de la richesse potentielle non-exploitée de certaines différences.**

2- Gérer les différences individuelles au quotidien

- Adopter et transmettre une vision positive de la différence : dépasser les idées reçues et combattre les préjugés

■ **Valid'acquis : étude des cas de différences auxquels sont confrontés les participants.**

- Genre (rapports hommes/femmes)
- Age et/ou expérience (rapports intergénérationnels)
- Parcours académique ou d'apprentissage
- Handicap
- Origine culturelle et/ou sociale
- Valeurs et convictions individuelles
- Pratiques religieuses
- Contraintes vie personnelle/vie professionnelle

3- Désamorcer les conflits liés aux différences : quels outils utiliser ?

- Repérer les sources de tensions et les comportements « à risque »
- Faire face aux contestations ou à un rejet de l'autorité
- Recadrage et entretien d'évaluation : critiquer et encourager

■ **Valid'acquis : jeux de rôle à partir de cas vécus par les participants.**

4- Garantir la cohésion d'équipe et développer l'intelligence collective

- Comprendre les facteurs de motivation et leurs limites
- Etablir ensemble des « règles de vie » et mettre en place des réflexes de coopération
- Mobiliser l'équipe en conciliant aspirations individuelles et objectifs communs, favoriser la complémentarité
- Accompagner l'équipe dans une période de changement

■ **Valid'acquis : construction d'un plan d'actions à mettre en place dans son équipe pour mieux travailler ensemble en tenant compte des spécificités de chacun.**

5- Créer les conditions pour mieux travailler en transversal

- Inciter à l'ouverture d'esprit pour mieux comprendre les perceptions des autres
- Encourager la mise en place d'actions qui stimulent la cohésion
- Communiquer pour faire de la diversité une valeur de management au quotidien

DATES

- Paris :
- 15-16 mars 2012
 - 25-26 juin 2012
 - 15-16 nov. 2012

ANIMÉ PAR

Mai Lam Nguyen-Conan
Coach et consultante spécialisée en Cross-Cultural Management

PROFILS

- Tout manager souhaitant créer une complémentarité entre ses collaborateurs, quelque soit leur personnalité, culture, âge...

LES +

- « Je garde vraiment un excellent souvenir de vos cours... C'est un plaisir d'être formée par quelqu'un qui aime autant enseigner qu'apprendre. »
Alix B., Responsable Communication externe.

Training relationnel pour managers

5 ateliers pour travailler sa communication

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Trouver la bonne posture d'intermédiaire entre sa hiérarchie et son équipe
- Optimiser sa communication pour réduire pertes d'informations, incertitudes et malentendus
- Faire évoluer son comportement sans changer

PROGRAMME

3j/21h : 1995 € HT (2386,02 € TTC) LR32

■ TEST - Connaître son style de communication et clarifier ses objectifs

- Qu'est-ce qu'une « bonne » communication ?
- Situer son style de communication (test « mes tris dominants »)
- Techniques pour décoder rapidement le style de communication de son interlocuteur
- Le manager funambule : trouver la bonne posture entre son équipe et sa hiérarchie

■ ATELIER 1 - La communication one-to-one : mise en situation d'entretien individuel, d'évaluation ou de recadrage avec un collaborateur

Les participants sont mis en situation d'entretien et s'entraînent à :

- Fixer le cadre de l'entretien et utiliser des techniques de questionnement et de reformulation
- Être dans l'écoute et l'empathie en accordant au collaborateur toute son attention
- Savoir dire « non », recadrer, féliciter et exprimer une critique constructive

■ ATELIER 2 - La communication face à un groupe : jeu de rôle sur la gestion des conflits

Les participants piochent dans leurs cas personnels de conflits vécus et apprennent, notamment grâce à l'outil de la Communication NonViolente, à :

- Déterminer avec précision l'intention de sa communication
- Débloquent les situations de désaccords, de « non dits », de tensions ou de conflits
- Déjouer la manipulation et la mauvaise foi
- Adopter les attitudes et comportements efficaces

■ ATELIER 3 - La communication descendante : entraînement à la motivation d'équipe

Les participants listent les actions qu'ils mettent en place pour favoriser la motivation au sein de leur(s) équipe(s), puis échangent pour trouver des solutions aux problématiques suivantes :

- Techniques pour souder son équipe et donner du sens aux missions de chacun
- Ce qu'il faut dire ou ne pas dire à son équipe : informations confidentielles, annonce d'informations difficiles...
- Trouver la juste autorité : entre autoritarisme et « copinage »

■ ATELIER 4 - La communication ascendante : cas pratique « convaincre sa hiérarchie »

Les participants sont mis en situation de réunion ou d'entretien avec leur supérieur hiérarchique :

- Faire passer ses idées et remonter l'information : doser factuel et opinion personnelle
- Faire face aux objections et recevoir une critique
- Clarifier les attentes, moyens et contraintes pour faciliter la prise de décision
- Négocier des objectifs : être ferme tout en étant diplomate

■ ATELIER 5 - La communication transversale : simulation de réunion transverse

Les participants expérimentent des techniques pour optimiser leur communication transversale et faciliter la mise en œuvre de leurs projets :

- Identifier les rôles et motivations de chacun
- Gagner en influence sans autorité hiérarchique
- Mobiliser autour de l'objectif commun en cas de désaccords et d'intérêts divergents

DATES

- Paris :
- 5-6 juin 2012
 - 1^{er}-2 oct. 2012
 - 13-14 déc. 2012

ANIMÉ PAR

Xavier Cornette De Saint Cyr
Consultant-coach en communication authentique et recherche de sens

PROFILS

- Tout manager souhaitant renforcer son habileté relationnelle et sa capacité à communiquer avec sa hiérarchie, ses collaborateurs ou son équipe.

LES +

- 5 ateliers « sur-mesure » d'une demi-journée qui s'adaptent à votre vécu et aux cas concrets que vous vivez au quotidien, complétés par des débriefings sur les bonnes attitudes relationnelles à adopter.

Manager, jouez votre rôle dans la prévention des risques psychosociaux

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- 1 jour pour comprendre ce que sont les RPS, leurs causes et leurs signaux d'alerte
- Repérer les facteurs de stress dans son environnement de travail
- Adopter une posture managériale qui combine performance et qualité de vie au travail

PROGRAMME

1j/7h : 895 € HT (1070,42 € TTC) LR35

Définir les risques psychosociaux (RPS) et connaître ses responsabilités

- Qu'entend-on par RPS ?
- Stress, harcèlement moral, burn out... : mécanismes et spécificités de ces risques
- Dans quels cas votre responsabilité ou celle de l'employeur peut-elle être engagée ?
- Connaître les tendances des dernières jurisprudences

Repérer les sources de stress et les impacts des RPS sur la qualité de vie et la performance

- Analyser les facteurs de stress : charge de travail, comportements toxiques, changement...
- Discerner les signes de stress chez ses collaborateurs

■ Cas pratique : à partir d'une grille, repérer et analyser les RPS dans son équipe et son entreprise.

Echanges d'expériences : en quoi votre style de management peut-il être source de stress ou de qualité de vie au travail ?

- Inventorier ses bonnes pratiques et réflexes à risque
- Définir ensemble les styles de management générateurs de stress ou de qualité de vie au travail
- Pourquoi manager par la pression n'influe pas positivement sur la performance ?

Délimiter son rôle et sa mission de manager dans la prévention des RPS

- Jusqu'où agir et dans quelles situations passer le relais ?
- Le cas particulier du manager RH : rôle, champ d'action et difficultés

- Collaborer efficacement avec les acteurs RH, préventeurs, services de santé au travail...

Boîte à outils : les outils du manager pour favoriser qualité de vie au travail et performance dans son équipe

- Reconnaissance, lien social, empathie, écoute active... : adopter les bonnes techniques de communication
- Les jeux psychologiques : apprendre à éviter les pièges du conflit ou de la soumission
- Détecter et prévenir les situations à risque : harcèlement moral, suicide, burn-out...

Synthèse : construire son plan d'actions à trois niveaux pour améliorer la qualité de vie au travail et diminuer le stress dans son équipe :

- 1) Faire évoluer son propre style de management
- 2) Améliorer l'organisation de travail
- 3) Bâtir un plan d'action pour aider et faire aider efficacement les personnes en difficulté

DATES

- Paris :
- 16 mai 2012
 - 5 juil. 2012
 - 18 oct. 2012
 - 6 déc. 2012

ANIMÉ PAR

Bruno Lefebvre
Psychologue clinicien, IPRP
AlterAlliance

PROFILS

- Une journée incontournable pour tout manager souhaitant faire le point sur ses pratiques et adopter une posture source de bien-être au travail.
- Cette formation s'adresse aussi aux professionnels RH souhaitant impliquer les managers dans la prévention des RPS

LES +

- Formation limitée à 10 participants.
- Une méthodologie pédagogique basée sur des cas pratiques, des échanges d'expérience, un plan d'actions personnalisé...

Powerpoint : les 6 secrets d'une présentation réussie

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- De la conception à l'animation : construire un scénario qui captive l'auditoire
- Jouer avec les mots, les sons et les images pour dynamiser ses présentations
- Trouver son propre style d'animation pour être à l'aise en toutes circonstances

PROGRAMME

2j/14h : 1295 € HT (1548,82 € TTC) LR30

1 - Quels sont vos besoins et vos objectifs ? Le « Questions'training® »

- Que voulez-vous dire ? Que voulez-vous que votre auditoire retienne ? Que voulez-vous recevoir d'eux ?
- Quels sont les besoins... de votre auditoire : s'informer, partager, acheter, négocier ?

■ **Valid'acquis : chaque participant passera au crible du Questions'training® afin de prendre conscience de l'importance du questionnement préalable.**

2 - Les règles d'une présentation Powerpoint impactante

- L'apport des grands orateurs : conseils et discours de Démosthène à Steve Jobs
- Le pouvoir des images, des chiffres, des mots, des sons : exemples de slides réussis... et ratés !

■ **Valid'acquis : en position d'auditeurs, les participants décodent eux-mêmes les clés d'une communication Powerpoint efficace.**

3 - Écrans dynamiques : exercices créatifs de synthèse

- Travail sur le sens et les mots : exercice à partir du sketch de Fernand Raynaud « Ici, on vend de belles oranges pas chères »
- Qu'est-ce qu'une bonne communication ?
- Travail sur les mots et les images : remplacer chaque slide par 20 mots et/ou 3 chiffres et/ou une image

■ **Valid'acquis : production d'écrans qui ont du sens et qui retiennent l'attention.**

4 - La construction de la présentation : le scénario, l'enchaînement des slides, les transitions

- À partir des présentations Powerpoint apportées par les participants, travail d'audit de l'existant
- Auto-production des bonnes pratiques : partir de l'objectif, dresser un scénario, construire un plan, concevoir une maquette de page, produire chaque slide

■ **Valid'acquis : élaboration collective d'une grille de lecture critique pour évaluer et corriger chaque slide conçu.**

5 - L'utilisation interactive et vidéo projetée du logiciel : ses effets utiles

- Plongée interactive dans le logiciel : vidéo projection de toutes les fonctions de création de maquettes, de blocs, de fonds d'image, des effets de transition, des ancrs, insertion de sons, d'images, de logos, de vidéos, de liens URL...

■ **Valid'acquis : création en direct d'un document intégrant tous les effets possibles utiles pour une présentation dynamique.**

6 - L'animation dynamique, les règles de gestuelle et de positionnement selon les contraintes de lieu et de temps

- Où et comment se positionner face à l'auditoire ?
- Règles pour bien gérer le temps : comment le cadrer, le tester, le raccourcir et/ou l'allonger
- Méthodes et astuces pour gagner en confiance et maîtriser son trac

■ **Valid'acquis : jeux de simulation de présentation dans différentes situations.**

DATES

- Paris :
- 8-9 mars 2012
 - 7-8 juin 2012
 - 4-5 oct. 2012
 - 6-7 déc. 2012

ANIMÉ PAR

Gilles Payet
Journaliste plurimédia

PROFILS

- Chefs de projets, commerciaux, assistants de direction, chargés de communication, responsables de business unit, membres de comités...
- Toute personne en situation de concevoir des présentations Powerpoint (ou de conseiller quelqu'un qui en fait !).

LES +

- Un coaching gratuit individuel sous la forme d'un audit d'une présentation Powerpoint vous est offert dans la semaine qui suit la formation.
- La Boîte à outils remise à l'issue du stage :
 1. URL de banques d'images gratuites et/ou pas chères pour enrichir vos présentations.
 2. Didacticiel Powerpoint « pas-à-pas » pour une utilisation efficace de Powerpoint !

DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

Ruptures de vie : accompagner un parent âgé en « perte d'autonomie »

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Préserver sa santé et sa vie professionnelle
- Gérer la relation avec le parent âgé en adulte empathique et responsable
- S'orienter dans les démarches administratives, sociales et médicales pour gagner du temps

PROGRAMME

2j/14h : 1195 € HT (1429,22 € TTC) LR29

1 - Construire une relation équilibrée et sereine avec le parent âgé

- Être à l'écoute de son ressenti et de celui de son parent
- Faire face au sentiment de dévalorisation, de révolte, d'impuissance, de culpabilité, d'injustice...
- Gérer l'inversion transgénérationnelle des rôles : relation parent / enfant
- Gérer les désaccords familiaux et la prise de décision collective

■ **Cas pratique : à l'aide de la Communication NonViolente (CNV), analyse de ses émotions pour comprendre les besoins satisfaits ou frustrés dans la relation.**

2 - Soutenir le parent âgé et l'accompagner pas à pas au quotidien

- Aider le parent âgé à faire le deuil de son autonomie
- Déchiffrer les comportements du parent en rapport avec le vieillissement ou avec la maladie
- Créer les conditions physiques pour protéger le parent : quelle aide attendre du médecin et quels spécialistes contacter ?

■ **Cas pratique : à l'aide d'un document remis, les participants listent les soutiens médicaux de leur parent.**

3 - Guider son parent dans les changements nécessaires à sa santé

- Maîtriser ses obligations et assumer ses responsabilités (décisions difficiles, impression d'imposer...)
- Comprendre ce que représente le changement pour le parent : changement désiré, subi, refusé...

■ **Cas pratique : à travers la grille CNV, décodage des intentions positives, réflexion sur les comportements possibles et les freins.**

4 - Se préserver et prendre de la distance pour rester efficace au quotidien

- Retrouver confiance en soi : faire face aux doutes, à la peur de se tromper...
- Jusqu'où aller dans l'empathie ?
- Se ressourcer pour évacuer fatigue, stress et anxiété
- Gérer la rupture de son équilibre quotidien et retrouver une stabilité « vie pro/vie perso »
- Organiser son temps pour une plus grande disponibilité d'esprit et une concentration optimale

■ **Cas pratique : décoder les bases d'une relation empathique : présence et distance, respect de soi et de l'autre, frontières des intimités...**

5 - S'orienter dans les démarches administratives, médicales et sociales

- Connaître les démarches pour une hospitalisation à domicile
- Peser le pour et le contre d'une entrée en maison de retraite
- Quelles aides attendre de la sécurité sociale, la mairie, le conseil général, la caisse de retraite, la mutuelle ?
- Quels frais, quelles déductions d'impôts et allocations ?

■ **Cas pratique : repérer les étapes de l'aide au parent grâce au manuel des démarches administratives.**

DATES

- Paris :
- 15-16 mars 2012
 - 7-8 juin 2012
 - 13-14 sept. 2012
 - 6-7 déc. 2012

ANIMÉ PAR

Marie-Christine Groh
Psychologue et sophrologue

PROFILS

- Tout salarié, fils ou fille, belle-fille, gendre de parent âgé en perte d'autonomie souhaitant trouver les ressources pour mieux les accompagner et se préserver.
- DRH désirant mesurer les effets stressants de cette situation.
- Médecins du travail, infirmières du travail, psychologues du travail, assistants sociaux du travail, référents en santé au travail... qui souhaitent mieux accompagner les salariés face à cette problématique.

LES +

- La mise à disposition d'un manuel actualisé des démarches administratives.
- L'expérimentation de solutions individualisées.

Bénéficiaires pour l'entreprise :

- Favoriser la stabilité émotionnelle pour une concentration optimum et une amélioration de la performance.
- Réduire les risques d'erreur et éviter les accidents du travail.

Logement : comment accompagner les personnes en difficulté

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Mieux connaître les dispositifs d'aides et savoir mener les démarches
- Informer et conseiller les usagers en matière de logement
- Sensibiliser et orienter les personnes en difficulté

PROGRAMME

2j/14h : 1495 € HT (1788,02 € TTC) MC42

Mieux comprendre le cadre du logement en France

Les principaux acteurs du logement et leurs rôles

- Quels acteurs peuvent intervenir dans l'attribution des logements
- Quels sont leurs rôles, comment sont-ils organisés ?
- Leurs domaines d'intervention

Rappel sur les principales lois relatives au logement

- Les exigences de la loi SRU
- Les objectifs de la loi DALO
- La procédure d'expulsion
- L'esprit de la loi MOLLE de mars 2009

Les aides fournies par la CAF

Le point sur les aides délivrées par les autres organismes

- Le FSL
- Les aides de l'ANAH
- Les aides de la CNAV
- Quelles démarches effectuer pour obtenir les aides

Rester informé de l'évolution des dispositifs relatifs au logement

- Quelles sources d'information exploiter en priorité
- Comment communiquer sur les données récoltées

Savoir communiquer sur les droits au logement et alerter sur les risques

- Informer les usagers sur leurs droits en matière d'accès au logement
- Quelles données divulguer sur les mesures de financement et les aides possibles

- Communiquer sur les risques de perte de logement et d'expulsion

Aider les personnes qui ont du mal à payer leur loyer

- Repérer les personnes en situation de surendettement
- Quels conseils leur donner sur l'équilibre de leur budget

■ Cas Pratique : Gérer un conflit entre un locataire en retard de paiement et son propriétaire

Les différentes solutions de logement provisoires ou permanentes

- Les solutions provisoires face à une perte de logement
- Les recours possibles en cas d'expulsion locative
- Les solutions de logement permanentes

■ Retour d'expérience : accueillir et orienter les personnes en recherche de logement

- Présentation du centre d'hébergement Les Hélices d'Issy-les-Moulineaux
- Evaluer la situation et les problématiques d'une personne en recherche de logement
- Accompagner une personne en recherche de logement : quel suivi et actions mettre en œuvre
- Comment travailler en collaboration avec les services sociaux et les SIAO (Services Intégrés d'Accueil et d'Orientation)
- Comment pallier à l'isolement des personnes les plus démunies
- Connaître les limites de votre intervention : à quel moment passer le relais

DATES

- Paris :
- 2-3 avril 2012
 - 2-3 juil. 2012
 - 13-14 nov. 2012

ANIMÉ PAR

Nicole Dassonville

Journaliste spécialisée en droit de l'immobilier

Patricia Chardon

Directrice
Foyer d'Hébergement Les Hélices

PROFILS

- Assistant Social
- Chef de Service Social
- CESF
- Educateur spécialisé

Aide à l'enfance : comment intervenir, quel comportement adopter

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Détecter et évaluer les situations à risque
- Savoir réagir face aux comportements difficiles
- Bénéficier d'outils pour accompagner les enfants en difficulté

PROGRAMME

3j/21h : 1995 € HT (2386,02 € TTC) MC43

Le développement psychologique de l'enfant et de l'adolescent

Les réglementations qui encadrent la protection de l'enfance

- La loi du 5 mars 2007
- Les axes principaux du dispositif de protection de l'enfance

Les acteurs impliqués dans la protection de l'enfance

- Les acteurs du Conseil Général
- La Cellule de Recueil des Informations Préoccupantes
- Le Procureur de la République
- Le juge des enfants

Procédure de signalements, secret professionnel : mettre à jour vos connaissances

Mesurer les impacts d'une situation « à risque » pour l'enfant

- Les moyens possibles pour évaluer les difficultés d'un enfant
- Les conséquences d'une situation dégradée sur le comportement d'un enfant

Comment détecter les troubles du comportement chez un enfant/adolescent

Conduire un entretien avec un enfant/adolescent

- Comment provoquer l'entretien
- Aménager le cadre de l'entretien
- Maltraitance, mise en danger... : les techniques d'entretien à utiliser
- Comment gérer la relation avec les parents lors de l'entretien

■ Cas Pratique : Comment gérer les mensonges, non-dits et rétractations

Comprendre l'origine des problèmes et savoir analyser la situation de l'enfant

Faire face à un cas de signalement : quel rôle jouer Comment réagir face aux troubles psychiatriques d'un enfant

- Les principaux problèmes psychiatriques des enfants et leurs conséquences
- Quelle attitude adopter pour aider un enfant atteint de troubles psychiatriques

■ Cas Pratique : Gérer un adolescent schizophrène : comment adapter votre comportement

■ Cas Pratique : Savoir soutenir un enfant victime de violences

Soutien, prise en charge... : les moyens possibles pour favoriser le bien-être, le développement et la sécurité des enfants

- Violence, maltraitance, maladies mentales... : le point sur les structures de prise en charge des enfants en difficultés
- Comment suivre et aider les enfants dans leur développement

Devenir un intermédiaire dans les situations d'aide à l'enfance : quel rôle jouer, comment vous positionner

- Etablissements scolaires, mairies, CAF, services médico-sociaux... : comment faciliter la mise en relation entre les institutionnels et les familles
- Evaluer les relations parents/enfant : le lien est-il adapté ?

■ Cas Pratique : Intervenir dans un cas de maltraitance : quelles actions mettre en place

Apprendre à gérer vos émotions face aux situations de détresse les plus difficiles

DATES

- Paris :
- 4-5-6 avril 2012
 - 27-28-29 juin 2012
 - 19-20-21 nov. 2012

ANIMÉ PAR

Karen Sadlier

Docteur en Psychologie, Directrice du département Enfant de l'Institut de victimologie de Paris

Lisa Laonet

Avocate au Barreau de Paris

PROFILS

- Assistant Social
- Conseiller en Economie Sociale et Familiale (CESF)
- Educateur spécialisé
- Travailleur Social

Tutelle, curatelle

Comment accompagner les personnes protégées

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Maîtriser les procédures relatives aux différents régimes de protection
- Accompagner les personnes placées sous protection juridique dans leur quotidien
- Préserver leur autonomie et leur redonner confiance

PROGRAMME

2j/14h : 1495 € HT (1788,02 € TTC) MC44

Les principes des différentes mesures de protection

- Quels sont les objectifs des mesures de protection
- Quels facteurs peuvent altérer les capacités d'une personne et entraîner des mesures de protection

■ Cas Pratique : Comment repérer les situations

Les mesures et lois relatives à l'accompagnement des majeurs en difficulté

- La loi du 5 mars 2007
- La sauvegarde de justice provisoire
- La mesure d'accompagnement social personnalisé
- La mesure d'accompagnement judiciaire
- Le mandat de protection future
- Les alternatives issues des régimes matrimoniaux

Maîtriser les procédures associées aux demandes de mise sous protection

- Qui peut réaliser une demande de mise sous protection
- Quels éléments doit contenir la demande
- Comment doit-elle être formulée?

Les spécificités des mesures de curatelle

- Les 3 degrés de curatelle et leurs objectifs
- Dans quels cas et auprès de qui une mesure de curatelle peut-elle être prononcée?

Les particularités des mesures de tutelle

- Les différentes mesures de tutelle
- Les personnes concernées
- Les droits des personnes protégées par les mesures de tutelle

Les acteurs impliqués dans les mesures de tutelle/curatelle et leurs responsabilités

- Les missions du juge des tutelles et du Procureur de la République
- Le rôle du curateur
- Les responsabilités du tuteur à l'égard d'une personne protégée

Connaître les étapes d'un jugement de tutelle

Accompagner les personnes placées sous protection dans leurs démarches quotidiennes

- Comment les aider à obtenir les prestations sociales qui leur sont accordées
- Gérer les biens et les ressources d'une personne protégée
- Jusqu'à où prendre en charge la personne, à quel moment passer le relais?
- Comment mieux gérer les relations avec la famille de la personne protégée

Recréer une dynamique chez une personne protégée : maintenir du lien social et favoriser son autonomie

- Mener un suivi régulier et individualisé de la personne
- Maintenir l'autonomie d'une personne protégée
- Redonner confiance à une personne protégée

■ Cas Pratique : Favoriser l'autonomie des personnes âgées sous protection

■ Cas Pratique : Réconforter une personne confrontée à une difficulté d'exclusion

■ Cas Pratique : Intervenir auprès d'une personne atteinte de déficience psychique

DATES

- Paris :
- 11-12 avril 2012
 - 9-10 juil. 2012
 - 27-28 nov. 2012

ANIMÉ PAR

Sarah Geay

Avocate spécialiste du droit des personnes et de la famille

PROFILS

- Assistant Social
- CESF
- Educateur spécialisé
- Délégué à la tutelle
- Chargé de tutelle

SANTÉ AU TRAVAIL

Psychologue en Santé au Travail

Valorisez vos missions - Renforcez votre positionnement

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Définir votre positionnement et votre cadre d'intervention
- Maîtriser vos devoirs et responsabilités
- Développer vos missions d'accompagnement et de prévention

DATES

PROGRAMME

3j/21h : 2145 € HT (2565,42 € TTC) MT53

■ Echanges sur les missions et le cadre d'intervention du psychologue

- Les missions définies dans votre fiche de poste/celles que vous réalisez et leurs objectifs
- Les limites de vos interventions : jusqu'à où allez-vous
- Les difficultés rencontrées

Les bonnes pratiques du travail en pluridisciplinarité

- Quelle est votre place au sein de l'équipe pluridisciplinaire
- Comment optimiser la collaboration avec le médecin du travail

Savoir se positionner et valoriser vos missions auprès des interlocuteurs internes

- Comment bien faire comprendre votre rôle, les limites de votre intervention et la déontologie
- Mettre en valeur vos compétences

Le rôle du psychologue auprès des managers

- Comment aider les managers à intervenir lors de situations difficiles : conflits, maladie...
- Les aider à intégrer l'aspect humain dans leur management

■ Cas pratique : accompagner un manager dans le cadre d'une réorganisation

Déontologie & secret professionnel du psychologue

- Quel cadre éthique fixer à la réalisation de vos missions
- Quelles informations pouvez-vous divulguer
- Exemples de situations délicates autour du secret professionnel

Identifier vos responsabilités

- Dans quelles situations la responsabilité du psychologue peut-elle être mise en cause
- Comment intervenir en cas de personnes alcoolisées sur le lieu de travail, quand un salarié se dit harcelé...

- Quelles précautions prendre dans la rédaction de vos écrits professionnels

De l'accompagnement psychologique individuel à l'intervention collective

- Analyse de la demande : dans quels cas accompagner la personne ou la réorienter

- A partir de quand et comment passer de l'écoute individuelle à l'intervention sur l'organisation de travail

Savoir s'entourer d'un réseau externe de partenaires

■ Focus : définir votre place dans la régulation des conflits et la médiation

Changements, réorganisations... : quelles actions mettre en place pour protéger la santé et le bien-être des équipes

- Travailler sur le climat social
- Optimiser les organisations et les espaces de travail
- Observation sur le terrain : les bonnes pratiques

Les outils du psychologue

- Savoir utiliser/construire des questionnaires et enquêtes en santé au travail
- Comment vous impliquer dans l'animation de formation pour les équipes

■ Focus : organiser et animer des groupes de paroles

Agir sur les démarches globales de prévention : risques psychosociaux, document unique, TMS, maintien dans l'emploi...

- Comment aider aux diagnostics, à l'élaboration de plans d'actions et à leur mise en œuvre
- Définir votre rôle au sein du CHSCT

- Paris :
- 12-13-14 déc. 2011
 - 28-29-30 mars 2012
 - 27-28-29 juin 2012
 - 17-18-19 déc. 2012

ANIMÉ PAR

Pierre-Eric Sutter

Psychologue du Travail,
Cabinet M@rs-lab

PROFILS

- Tout psychologue s'intéressant aux problématiques de santé au travail, des secteurs PRIVE, PUBLIC et ASSOCIATIF
- Psychologue du Travail
- Psychologue du Personnel
- Psychologue Clinicien
- Psychosociologue
- Psychologue Consultant

LES +

- Une formation dédiée aux psychologues intervenant en santé au travail

Burn-out: faire face au syndrome d'épuisement professionnel

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Détecter les symptômes du burn-out et en comprendre les causes
- Accompagner les salariés en souffrance tout en restant à sa place et dans son rôle
- Définir des actions collectives concrètes pour prévenir le burn-out

PROGRAMME

2j/14h : 1745 € HT (2087,02 € TTC) LR31

Burn-out: de quoi parle-t-on et qui touche-t-il ?

- Définir le syndrome d'épuisement professionnel
- Comment le burn-out s'articule avec d'autres risques de souffrance au travail
- Déterminer les populations « à risque »

Connaître les symptômes du burn-out pour faire le bon diagnostic au bon moment

- Quels sont les signes qui permettent de déceler préventivement ce syndrome
- Détecter les symptômes du burn-out chez soi et chez les autres

Repérer les facteurs de risque et déterminer les causes possibles de burn-out

- Analyser les contextes professionnels qui favorisent ou induisent le burn-out
- Evaluer les facteurs de stress au travail du salarié : déceler les causes conscientes et inconscientes

Atelier : quelles questions importantes poser à un salarié se plaignant de maux physiques particuliers, arrivant en retard contrairement à son habitude...

Evaluer l'épuisement professionnel du salarié

- L'échelle du burn-out : quels sont les extrêmes
- Déterminer les étapes de l'évolution du syndrome et les psychopathologies associées
- Les impacts sur la santé physique et psychologique du salarié

Identifier les limites de son rôle et savoir quand alerter

- Maîtriser ses responsabilités : entre secret professionnel et protection de la santé du salarié

- Reconnaître les limites de sa fonction : orienter la personne souffrante vers une aide extérieure
- Comment alerter les responsables hiérarchiques, les RH, les acteurs concernés

Cas pratique sur le risque suicidaire : comment repérer et mesurer le risque, puis entreprendre les actions appropriées

Gérer la relation d'aide : être à l'écoute tout en se protégeant et définir les limites de son intervention

- Conduire un entretien : techniques d'écoute et de reformulation
- Gérer les situations de crise et les décharges émotionnelles
- Se préserver et rester dans son rôle : trouver la bonne distance relationnelle

Mise en situation : venir en aide à un salarié victime de burn-out qui refuse de considérer ses difficultés

Sensibiliser la hiérarchie sur le risque de burn-out et la convaincre d'agir

- Informer pour faciliter l'identification des salariés « à risque »
- Connaître les conséquences du burn-out en termes de coûts et l'obligation de résultat de l'employeur dans la prévention des risques psychologiques

Mettre en place des actions collectives de prévention de l'épuisement professionnel

- Créer un groupe de pilotage sur le sujet
- Développer des outils pour évaluer les causes et conséquences du stress, et le risque de burn-out
- Construire un plan d'actions associant tous les acteurs concernés

DATES

- Paris : • 15-16 mars 2012
• 7-8 juin 2012
• 10-11 déc. 2012

ANIMÉ PAR

Thérèse Bouche
Psychologue - Consultante

PROFILS

- Médecin du Travail et de Prévention
- Infirmier(e) du Travail
- Psychologue du Travail
- Assistant(e) social(e) du Travail
- Représentant du Personnel
- Responsable HSE
- Membre du CHSCT
- Toute personne étant dans une relation d'aide et ayant besoin de conseils sur le sujet : RRH, DRH, Manager...

LES +

- Une pédagogie interactive qui permet aux apports théoriques d'être directement « recyclés ».
- Une approche originale du burn-out, grâce aux outils systémiques.

SÉCURITÉ

Maîtriser la gestion des AT/MP et alléger vos taux de cotisations

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Acquérir les bons réflexes lors de la procédure d'instruction des AT/MP
- Savoir quand et comment contester les décisions des caisses
- Éviter que les AT/MP viennent alourdir vos comptes

PROGRAMME

1j/7h : 1045 € HT (1249,82 € TTC) MT46

Les règles de tarification AT/MP

- Analyse de cas : décrypter un compte employeur : quels sont les différents éléments ? Que faut-il vérifier ?
- Reconnaissance du caractère professionnel de l'accident, de la maladie et de la rechute : quelles sont les prestations versées aux victimes ?
- Calculer le taux de cotisation AT/MP
- Quelles sont les conséquences financières de la reconnaissance de la faute inexcusable de l'employeur ?

Cas pratique : quelles règles de tarification s'appliquent à votre établissement suite à la réforme ?

La gestion des AT/MP : Maîtriser les procédures d'instruction

- Rappel sur le principe de l'indépendance des rapports caisse/victime et caisse/employeur : incidences de la réforme
- Accident du travail invoqué par le salarié : comment l'employeur peut-il émettre des réserves ?
- Dans quel cadre l'employeur peut-il consulter le dossier avant la prise de décision de la caisse ? Notification des décisions de la Caisse
- Contestation du caractère professionnel de l'accident ou de la maladie

Contentieux : Maîtriser les procédures de contestation

- Distinguer les différents types de contentieux et les tribunaux compétents

Cas pratique : contestation de la reconnaissance du caractère professionnel d'une maladie

Cas pratique : contentieux sur la durée d'un arrêt de travail

DATES

- Paris : • 8 fév. 2012
• 30 mai 2012
• 15 oct. 2012

ANIMÉ PAR

Thomas Humbert
Avocat - Cabinet BRL & Associés

Solenne Moulinet

Avocat - Cabinet BRL & Associés

PROFILS

- Responsable RH
- Directeur du Personnel
- Responsable Paie
- Responsable Sécurité
- Responsable HSE
- Préventeur
- Infirmier(e) du Travail
- Directeur RH
- Directeur Juridique
- Responsable Juridique

LES +

- Programme actualisé suite aux décrets du 29 juillet 2009 et du 5 juillet 2010

Membres du CHSCT

Devenez le référent Santé et Sécurité au travail

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Cerner vos missions et les moyens dont vous disposez
- Maîtriser les outils d'analyse et de gestion des risques
- Être acteur de la prévention

PROGRAMME

3j/21h : 1745 € HT (2087,02 € TTC) VA34

Organisation et fonctionnement du CHSCT

- Protection pour les membres
- Crédit d'heure, déplacements et obligation de discrétion
- Le règlement intérieur

Décrypter les grands principes de la réglementation hygiène sécurité environnement pour intervenir en toute légalité

- Savoir se repérer dans les textes
- Les évolutions fondamentales du CHSCT suite à la loi de 1982

Cerner le rôle et l'étendue des missions du CHSCT en matière de prévention

- Quels sont les principes généraux de prévention ?
- Les missions du CHSCT
- Les enjeux de la prévention
- Quid de l'analyse de l'accident, de l'analyse des risques ?

Identifier les principaux risques, leurs caractéristiques et le cadre réglementaire de prévention

- Les accidents
- Les maladies professionnelles
- Les risques psychosociaux

Situations particulières et moyens d'action

- Comment traiter une situation de danger grave et imminent ?
- Droit d'alerte et de retrait
- Quand peut être engagé la faute inexcusable de l'employeur ?
- Quel régime pour les ERP, IGH, ICPE... ?

Identifier les informations et moyens dont peut disposer le CHSCT

- Les responsabilités civiles et pénales des différents acteurs
- Les documents et informations que vous pouvez demander et votre devoir de discrétion

- Les consultations obligatoires : formes, délais et possibilités de contestation
- Le recours aux experts
- Le délit d'entrave et l'action en justice du CHSCT

Organiser votre programme de prévention des risques professionnels

- Doter le CHSCT d'un plan d'actions opérationnel
- Participer à l'élaboration du programme de prévention
- Les bilans d'information et le programme d'actions à réaliser
- Tableau de bord et information du personnel

■ Cas pratique : identifier et hiérarchiser les principaux risques dans votre établissement

Analyser les risques : les outils du CHSCT

- Visites de site, inspection, audit sécurité, enquêtes après accident, enquêtes de prévention, analyse des postes de travail, avis sur le travail des salariés protégés
- Réaliser des inspections efficaces avec des grilles outillées
- Réaliser une enquête après accident
- Intervenir en cas de danger grave et imminent

Savoir travailler avec les acteurs internes et externes de la prévention

- Les interactions avec les acteurs internes
- Les relations avec les acteurs externes

■ Cas pratique : analyser un accident de travail et remplir le formulaire d'enquête

Proposer des mesures auprès de la Direction : comment faire passer le message ?

■ Cas pratique : établir une ébauche de votre programme de prévention annuel

DATES

- Paris :
- 3-4-5 avril 2012
 - 28-29-30 août 2012
 - 20-21-22 nov. 2012

ANIMÉ PAR

Rémy Klipfel
Spécialiste Hygiène Sécurité et Conditions de Travail, Dekra

PROFILS

- Membres de CHSCT ou CHS
- Délégué du personnel
- Responsable des ressources humaines
- Responsable du personnel.

LES +

- Programme conforme à l'obligation de formation inscrite dans la loi
- Pédagogie participative laissant une place importante aux échanges d'expériences
- Alternance théorie et pratique, avec de nombreux cas pratiques et mises en situation
- Expériences terrains du formateur

JURIDIQUE

Externalisation & Travail illégal

Recourir à l'externalisation en écartant les risques liés au travail illégal

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Identifier les situations de travail illégal et les risques associés lorsqu'on recourt à un prestataire
- S'approprier les outils utiles à la neutralisation de ces risques.

- 9 oct. 2012
- 7 déc. 2012

DATES

- Paris : • 15 juin 2012

PROGRAMME

1j/7h : 1095 € HT (1309,62 € TTC) G061

Définir la nature des qualifications

Reconnaître un cas de travail dissimulé

- Différencier la dissimulation d'activité salariée et la dissimulation d'emploi salarié

Distinguer prêt de main d'œuvre licite et prêt de main d'œuvre illicite

- Quels sont les éléments constitutifs du prêt de main d'œuvre illicite
- Connaître les exceptions légales à l'interdiction du prêt de main d'œuvre
- Comment la loi a-t-elle récemment encadré le prêt de main d'œuvre non-lucratif

Repérer un délit de marchandage

Caractériser l'emploi irrégulier de travailleurs étrangers / le trafic de main d'œuvre étrangère

■ Pour chacune des qualifications abordées, un panorama de jurisprudence est proposé.

Appréhender les sanctions applicables

- Distinguer les sanctions civiles applicables (annulation du contrat, solidarité financière, indemnisation du salarié, requalification de la relation en contrat de travail...)
- Reconnaître les sanctions pénales possibles : emprisonnement, amende...
- Définir les sanctions administratives possibles : suppression d'aides financières, pénalité administrative...

Identifier qui peut agir

- Quelles sont les personnes à qui il est reconnu directement ou indirectement un intérêt à agir : les salariés lésés, les organismes sociaux

Déterminer qui peut être condamné au civil comme au pénal

Manier les outils contractuels à disposition (contrat, bon de commande, facture)

- Comment justifier le recours à l'externalisation
- Rappeler l'absence de lien de subordination avec les collaborateurs du fournisseur
- Comment formuler le prix : prix forfaitaire ou prix en régie
- Quelles sont les obligations légales et réglementaires en matière de fourniture de déclarations et attestations

Mettre en œuvre les précautions nécessaires pendant la prestation

- Quels dispositifs d'identification des collaborateurs du prestataire
- Comment transmettre les demandes du client à son fournisseur
- L'identification des éléments matériels mis à disposition par le fournisseur

Disposer d'une vision d'ensemble concrète

- Comment la jurisprudence applique-t-elle les textes : le faisceau d'indices, l'appréciation souveraine des juges du fond

■ Cas pratique de synthèse

Mis en situation, les participants devront reconnaître les qualifications éventuellement applicables et être capables d'argumenter leurs positions, avant de proposer un plan d'action destiné à écarter pour l'avenir les risques ainsi identifiés.

ANIMÉ PAR

Xavier Demulder
Formateur Consultant,
Juriste d'entreprise (15 ans d'expérience)

PROFILS

- Responsable juridique
- Juriste
- Responsable informatique
- Responsable maintenance
- Responsable des achats...

LES +

- Travail sur des outils pratiques utilisables au quotidien

Organiser efficacement une relation de sous-traitance

Faire face aux dispositifs juridiques protecteurs du sous-traitant

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Identifier les cas de sous-traitance
- Appréhender le cadre juridique applicable
- S'approprier les outils de sécurisation juridique de la sous-traitance.

- Paris :
- 14 juin 2012
 - 8 oct. 2012
 - 6 déc. 2012

DATES

PROGRAMME

1j/7h : 1095 € HT (1309,62 € TTC) G062

L'intention du législateur : protéger le sous-traitant par une loi d'ordre public

Distinguer la relation de sous-traitance de la simple relation client/fournisseur

- Identifier les intervenants à la relation de sous-traitance
- Le critère de spécificité : se familiariser avec la notion à l'aide d'applications jurisprudentielles
- Quelle est la nature juridique des relations entre les intervenants ?

Le schéma dynamique présenté à ce stade de la formation servira de fil conducteur tout au long de la journée.

Maîtriser la demande d'agrément, et gérer son absence ou ses insuffisances

- A partir d'exemples concrets, apprécier la forme et le fond d'une demande d'agrément
- Quels sont les éléments d'information dont le donneur d'ordres peut ou doit solliciter la communication
- Quelles sont les incidences pratiques de la loi du 26 juillet 2005 sur la demande d'agrément
- Que se passe-t-il en l'absence d'agrément

Identifier et choisir les dispositifs financiers protecteurs du sous-traitant

- La spécificité applicable aux marchés publics
- A partir d'exemples concrets, apprécier la validité et les conséquences d'une caution et d'une délégation de paiement
- Que se passe-t-il en l'absence de délégation de paiement ou de caution

Maîtriser et mettre en œuvre le mécanisme de l'action directe

- Quelles sont les étapes pratiques de mise en œuvre de l'action directe
- Que faut-il faire en cas d'ouverture d'une procédure collective touchant l'entrepreneur principal

Connaître et savoir mettre en œuvre le dispositif spécifique applicable au transport routier (loi Gayssot)

■ Cas pratique : étude de cas

Mis en situation, les participants devront identifier s'ils se trouvent dans un cas de sous-traitance puis, dans l'affirmative, décider des actes à accomplir afin de préserver les intérêts qu'ils représentent (donneur d'ordres, entrepreneur principal, sous-traitant).

Appréhender d'éventuelles pratiques abusives

- Identifier les acteurs compétents pour statuer sur des pratiques abusives
- Cerner la notion de pratique abusive à partir des travaux de ces acteurs

Appréhender les évolutions & discussions récentes et/ou en cours

- Quels mécanismes la proposition de loi Proriot prévoit-elle de créer ou renforcer
- La loi va-t-elle imposer de conclure des clauses d'indexation destinées à anticiper d'éventuelles fluctuations des prix des matières premières

ANIMÉ PAR

Xavier Demulder

Formateur Consultant, Juriste d'entreprise (15 ans d'expérience)

PROFILS

- Responsable juridique
- Juriste
- Responsable informatique
- Responsable maintenance
- Responsable des achats...

LES +

- Nombreux exemples jurisprudentiels et études de cas

Panorama réglementaire pour les petites et moyennes entreprises

Comment se protéger et acquérir les bons réflexes juridiques

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Connaître l'essentiel de la réglementation en matière de droit social, de baux commerciaux, de parts sociales...
- Déterminer les précautions à prendre concernant les contrats, les clauses spécifiques...

- Paris :
- 15 mai 2012
 - 9 oct. 2012
 - 4 déc. 2012

DATES

PROGRAMME

1j/7h : 1095 € HT (1309,62 € TTC) CS21

Les contrats de ventes : quels aspects juridiques à respecter ?

- Quels sont les éléments indispensables de rédaction : les clauses essentielles
- Les conditions générales de vente : que faut-il intégrer ?

Maîtriser la réglementation en matière de droit social

- Comment rédiger un contrat de travail ? et lequel ?
- La gestion de la paie : quelles sont les obligations liées aux conventions collectives
- Utilisation d'Internet : ce qui est interdit, ce qui est autorisé
- Quelles sont les étapes de la procédure de licenciement ?
- Cas particuliers de l'incapacité et du licenciement économique
- Comment gérer les organes représentatifs du personnel ?

■ Cas pratique : distinguer la faute grave de la faute lourde et de la cause réelle et sérieuse de licenciement avec des exemples.

Conséquence de la faute sur la procédure et l'indemnité de licenciement, les préavis et les congés payés

Les baux commerciaux, le patrimoine immobilier : comment éviter les pièges

- Connaître les différents types de baux : bail de droit commun, bail de courte durée, sous-location
- Comment optimiser son patrimoine immobilier

Les spécificités de la vente de fond de commerce

- Quelles sont les démarches nécessaires ?
- Quel devenir des contrats de travail en cas de vente du fond de commerce
- Quelles sont les règles juridiques et fiscales ?

Cession et acquisition de parts sociales

- Conditions de cession
- Procédure à mettre en place
- Régime fiscal des cessions
- Responsabilité des associés

Quid du rachat d'entreprise : comment s'y prendre ?

- Quelles obligations pour le vendeur, pour l'acquéreur ?
- Dans le rachat d'entreprise : avantages et inconvénients du rachat par vente de fonds de commerce ou par acquisition des parts sociales
- Cas particulier de la location-gérance

Quelles sont les actualités réglementaires et juridiques : les propositions Warsmann

- Simplification des déclarations fiscales, des bulletins de paie : qui est concerné ?
- Simplification de l'emploi de personne en alternance : comment cela se passe ?

ANIMÉ PAR

Marie-France Breton-Maya

Avocat - Cabinet Breton-Maya

PROFILS

- Expert comptable
- DAF
- Directeur financier
- Directeur général
- Directeur administratif
- Directeur d'établissement
- Directeur d'exploitation
- Secrétaire, assistante et toute personne faisant partie d'une PME gérant les aspects juridiques

Réconciliez-vous avec les chiffres

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Être à l'aise avec les opérations courantes
- Connaître les principales fonctions d'Excel
- Ordres de grandeurs, fiabilité des résultats... : acquérir de bons réflexes

PROGRAMME

2j/14h : 1195 € HT (1429,22 € TTC) CS22

Ne plus avoir peur des aspects financiers et chiffrés

- Identifier vos lacunes pour mieux les corriger
- Savoir à qui s'adresser en cas de problème : collègue, manager, direction financière, qui est le plus adapté ? Organigramme d'une entreprise

Savoir faire des calculs courants

- Comment calculer un prix HT et TTC
- > Exercice d'entraînement : vous rédigerez une facture en indiquant le détail de la facturation
- Comment calculer un pourcentage : taux de marge, taux d'intérêt, taux de TVA
- > Exercice d'entraînement : vous étudierez différentes propositions de prêts en analysant les taux d'intérêt et leurs coûts pour l'entreprise
- Les statistiques : moyenne, médiane, graphes... Quelle utilisation au quotidien ? comment les interpréter ?
- > Exercice d'entraînement : vous étudierez la population d'un service (son effectif moyen, le salaire moyen, le chiffre d'affaire moyen généré...) et calculerez les différentes statistiques pertinentes
- Evolutions, tendances, comment les déterminer ?
- > Exercice d'entraînement : après avoir étudié les ratios et statistiques vous établirez les tendances qui pourraient en découler ainsi que les écarts et les variations

Automatiser les calculs avec les fonctions Excel

- Maîtriser les formules basiques d'Excel : MOYENNE, SOMME, MIN, MAX, SI...
- Savoir différencier les différents types de données (texte, nombre ou formules) et savoir comment les modifier, les corriger
- Qu'est-ce qu'un tableau croisé dynamique ?

■ Cas pratique

Vous mettez en place un tableau Excel avec les ratios que vous aurez défini.

Concevoir un graphique à partir d'un tableau chiffré

- Choisir le graphique le plus adapté
- Comment générer un graphique et le mettre en forme
- Analyse d'un graphique, comment s'y prendre ?
- Savoir faire des modifications pour mettre à jour et pérenniser vos outils de pilotage

■ Cas pratique

A partir de votre tableau Excel, vous devrez créer plusieurs graphiques qui illustreront les tendances que vous avez déterminées.

Notions essentielles pour comprendre un budget

- Apprendre à communiquer avec les services financiers
- A quoi sert un budget ? Notions de prévision et d'atterrissage
- Qu'intègre-t-on dans un budget : les sources de revenus, de dépenses, différence entre charges et investissements, coûts fixes et coûts variables, coûts directs, coûts indirects... comment calculer un résultat ? Notions sur le compte de résultat et le bilan
- > Exercice d'entraînement : vous étudierez le budget d'un service et vous estimerez le résultat de l'année en cours, son atterrissage et les axes à améliorer

Vérifier vos opérations : indispensable pour la précision de votre travail

- Quels bons réflexes acquérir ? utiliser le calcul mental, faire attention aux ordres de grandeur
- Comment confirmer vos résultats : quels calculs réaliser ? croisements, balance carrée...

DATES

- Paris : • 6-7 juin 2012
• 9-10 oct. 2012
• 5-6 déc. 2012

ANIMÉ PAR

François Thiaudière
DAF et formateur finances gestion
Geope

PROFILS

- Toute personne souhaitant améliorer son aisance avec les chiffres

LES +

- Une approche pédagogique et ludique dispensée par un professionnel de la finance/gestion

IMMOBILIER

Structure et fonctionnement de la copropriété

Organisation, droits, aspects financiers et obligations des parties

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Maîtriser l'environnement de la copropriété
- Acquérir les règles de gestion
- S'affirmer dans sa fonction

PROGRAMME

2j/14h : 1545 € HT (1847,82 € TTC) 3j/21h : 2295 € HT (2744,82 € TTC) VA33

Maîtriser les fondamentaux de la copropriété

- Vocabulaire de base
- Focus sur la loi de 65 et la loi SRU
- Distinguer Syndic, Conseil Syndical et Assemblée
- Connaître les spécificités de fonctionnement : quels sont les pouvoirs et responsabilités du syndic ?
- Quel est le rôle du syndic vis-à-vis des éventuels personnels d'immeuble ?
- Défaillance du syndic : quelles conséquences ?

Préparation et déroulement d'une assemblée générale

- Organisation et tenue de l'AG : ordre du jour, feuille de présence, règles de majorités, rédaction du PV
- Exercice des mandats et situations particulières notamment celles des usufruitiers
- Comment gérer les contestations d'AG ?

■ Cas pratique sur les majorités

Recouvrement et gestion du contentieux

- Le recouvrement jusqu'au jugement inclus
- L'assignation et le tribunal compétent
- Décisions : quelles sont les voies de recours ?
- Procédures de saisie immobilière

Gérer la mutation des lots

- Quelles obligations face au vendeur/acheteur ?
- Nature et mise en œuvre de l'article 20

■ Cas pratique sur la vente d'un lot

Gestion des travaux

- Contrats de maintenance : suivi et renouvellement
- Consultation des prestataires, sélection, commande et réception des travaux

- Facturation des prestations, éventuelles pénalités
- Gestion des sinistres dans les parties communes

Maîtriser les aspects financiers

- Quelles sont les obligations comptables du syndic ?
- Comment établir un budget prévisionnel ? Quid des avances de trésorerie ?

■ Cas pratique : lecture et validation des comptes

JOURNÉE COMPLÉMENTAIRE

1j/7h : 1095 € HT (1309,62 € TTC)

Développer ses qualités relationnelles

Maîtriser l'animation des AG

- Comment prendre la parole en public ?
- Se positionner et canaliser son auditoire : les techniques d'accroche
- Comment respecter l'ordre du jour et maîtriser ses réponses ?

Comment établir des relations positives et gérer la mauvaise fois ?

- Comment s'adapter à son interlocuteur ?
- Savoir faire face aux agressions personnelles

■ Cas pratique d'une AG conflictuelle

Comment sortir du conflit et augmenter la satisfaction des copropriétaires ?

- Gérer les personnes difficiles : qu'est ce que l'assertivité ?
- Comment prévenir et gérer les conflits ?
- Savoir recevoir une critique et exprimer un désaccord
- Comment se sortir des situations de blocage et susciter l'adhésion ? - Savoir affirmer son expertise

DATES

- Paris : • 14-15-16 mars 2012
• 18-19-20 juin 2012
• 22-23-24 oct. 2012

ANIMÉ PAR

Karine Altmann

avocat à la cour

Catherine Berliet

Coach et formatrice spécialisée en communication relationnelle

Didier Athier

directeur - GEXIO

PROFILS

- Gestionnaire de copropriété
- Assistant de copropriété
- Directeur juridique
- Responsable technique
- Responsable du patrimoine
- Responsable de la gestion locative
- Copropriétaire
- Toute personne ayant en charge la gestion de patrimoine en copropriété ou souhaitant maîtriser l'environnement de la copropriété

LES +

- Complémentarité des formateurs : avocat, opérationnel et coach
- Cas pratiques et mise en situation
- Echanges de bonnes pratiques

Piloter votre gestion des ressources humaines

L'essentiel pour une prise de fonction optimale

CYCLE CERTIFIANT

DATES

Paris

- Session 1 :
6-7 fév. 2012
15-16 mars 2012
5-6 avril 2012
7-8 juin 2012

- Session 2 :
18-19 oct. 2012
15-16 nov. 2012
7-8 janv. 2013
4-5 fév. 2013

ANIMÉ PAR

Sabine Vansainge
(Animatrice principale)
Consultante en ressources humaines
et coach, actuellement en poste
au Ministère de l'Intérieur

Mireille Mouelle
Directrice des Ressources Humaines,
Université Pierre et Marie Curie

Laurence Legrand
DRH -
Mairie de Saint Germain en Laye

Jacques Beaupied
Consultant indépendant

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Intégrer les enjeux actuels du pôle RH au sein de votre établissement public
- Maîtriser l'essentiel des processus RH et développer des outils de pilotage
- Mettre en œuvre une méthodologie de conduite de projets et de changement
- Vous positionner en tant qu'acteur clé
- Renforcer votre crédibilité auprès de votre service et de votre établissement

LES +

- Un panorama complet de la GRH et de son actualité
- Une formation opérationnelle proposant des méthodes et des solutions concrètes
- Une équipe pluridisciplinaire de formateurs experts
- Des retours d'expérience pour s'inspirer des meilleures pratiques
- Un questionnaire préalable poussé pour mieux cerner les besoins de chaque participant
- Un guide manuscrit de l'essentiel de la GRH pour vous accompagner pendant et après le cycle

PROFILS

- DRH, Adjoint(e) au DRH, RRH... nouvellement nommé(e) ou en poste depuis moins de 2 ans, dans l'une des trois fonctions publiques

PROGRAMME

8j/56h : 5450 € HT (6518,20 € TTC) **MH04**

MODULE 1 - 2 JOURS

VOUS POSITIONNER DANS LA FONCTION RH

Rôles et enjeux actuels du pôle RH dans le secteur public

- Missions
- Evolution et enjeux : rémunération au mérite, réforme des retraites, loi santé et sécurité au travail...

Animer votre service RH et manager votre équipe

- Clarifier le positionnement de chacun, déléguer, superviser...
- Développer votre communication managériale
- Evaluer vos actions

■ Cas pratique

Identifier et résoudre des situations managériales difficiles

Piloter vos projets et sensibiliser les acteurs

- Impulser une stratégie RH et conduire des projets adaptés à la politique et aux besoins de l'établissement
- Négocier votre politique RH
- Organiser et mettre en œuvre vos projets

MODULE 2 - 2 JOURS

GÉRER LE PERSONNEL ET LES RELATIONS SOCIALES

L'essentiel de l'administration du personnel

- Carrières et statuts des agents
- Régimes de retraites
- Congés et accidents du travail

Politique de santé et des conditions de travail

- Les cas d'incapacités professionnelles, les solutions
- Les risques professionnels
- La motivation du personnel

Dialogue social : prévenir et gérer les conflits

- Les changements suite à la loi sur la rénovation du dialogue social
- Assurer des relations constructives avec les OS et représentants du personnel
- Désamorcer les conflits et négocier

■ Cas pratique

Présenter et défendre un nouveau projet

MODULE 3 - 2 JOURS

PILOTER LE SERVICE RH ET MAÎTRISER VOS COÛTS

Elaborer et mettre en œuvre votre tableau de bord des RH

- Objectifs et principes d'un système de mesure
- Indicateurs de contrôle
- Donner du sens et de l'impact

Piloter votre masse salariale

- Enjeux du pilotage
- Composantes de la masse salariale
- Budgéter la masse salariale
- Mesurer l'impact des différents effets sur la masse salariale

■ Cas pratiques

- Elaborer le tableau de bord de votre activité
- Choisir votre politique en matière de maîtrise de la masse salariale

MODULE 4 - 2 JOURS

MENER UNE POLITIQUE EMPLOIS ET COMPÉTENCES

Initier et piloter une démarche GPRH

- Intégrer les éléments de définition, les acteurs et les étapes d'un dispositif GPEC
- Construire la démarche métier
- Identifier les ressources, besoins et écarts

Donner du sens à la démarche GPEC

- Articuler cette démarche avec l'ensemble de la politique RH : recrutement, mobilité, gestion des inaptitudes, évaluation, formation, rémunération

■ Cas pratique

Définir un plan d'action RH et mettre en place des mesures correctives

Réduire l'absentéisme en prévenant les risques psychosociaux dans la fonction publique

Allier performance de votre établissement et bien-être au travail

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Evaluer et détecter les RPS pour agir sur votre taux d'absentéisme compressible
- Traiter les situations « urgentes » pour préserver la santé au travail des agents
- Prévenir les RPS et instaurer une politique de mieux-vivre au travail

DATES

- Paris :
- 27-28 mars 2012
 - 19-20 juin 2012
 - 16-17 oct. 2012

PROGRAMME

2j/14h : 1695 € HT (2027,22 € TTC) DR08

Mieux cerner les risques psychosociaux : définitions, réglementation et enjeu

- Risques psychosociaux : de quoi parle-t-on ?
- Maîtriser le contexte réglementaire et législatif lié aux risques psychosociaux et à l'absentéisme

Evaluer et détecter les risques psychosociaux pour agir sur la part d'absentéisme compressible

- Collecter les données pour construire vos indicateurs liés au fonctionnement de votre établissement ou à la santé & sécurité de vos agents
- Construire votre liste d'indicateurs pour évaluer les risques psychosociaux
- Repérer les agents en souffrance

■ Cas pratique : mettre en place un observatoire de l'absentéisme

- Comparer les taux d'absentéisme de votre établissement avec les taux en vigueur des autres établissements
- Mettre en perspective les indicateurs pour objectiver les RPS de votre établissement
- Réaliser une cartographie de l'absentéisme (service par service) pour appuyer la démarche de prévention des RPS : repérer les catégories d'agents à risque selon le métier, l'ancienneté...

■ Vidéo : bénéficiaire de témoignages sur la gestion de situations urgentes à travers la projection d'un film INRS

- Repérer les facteurs de risques liés à une situation de travail
- Quel plan d'actions mettre en œuvre ?

Agir sur les situations urgentes pour préserver la santé au travail des agents et éviter l'absentéisme

- Gérer les principales situations d'urgence
- Mener un entretien avec un agent en souffrance
- Elaborer un plan d'actions dans une situation d'urgence
- Connaître les dispositifs d'accompagnement et de prise en charge des salariés en souffrance

■ Jeu de rôle : réaccueillir l'agent au retour d'un arrêt de travail

- Mener un entretien au retour de l'absence de l'agent : quel intérêt ?

Prévenir les RPS et instaurer une politique de mieux-vivre au travail : vers une réduction durable de votre taux d'absentéisme

- Construire votre plan de prévention
- Agir sur l'organisation du travail
- Créer un management de bien-être au travail (l'importance des pratiques managériales dans la régulation des facteurs de RPS, la place et le rôle de l'encadrement intermédiaire, donner du sens au travail, sensibilisation des managers à la prévention du stress de leurs agents, l'accompagnement des managers dans leur situation de travail)
- Sensibiliser et informer les agents sur la politique de prévention des RPS et de l'absentéisme

■ Jeu de rôle : organisations syndicales/DRH : négocier la prévention des RPS dans votre établissement

- Pourquoi et sur quoi négocier ?
- Quelles formes choisir ?

ANIMÉ PAR

Valéry Duflot

Sociologue du travail et de l'administration, CABINET SECAFI (Membre de la FIRPS)

PROFILS

- DRH
- RRH
- Chargé/Gestionnaire RH
- Contrôleur de gestion sociale
- Tout acteur en charge de la politique RH d'un établissement
- Responsable de service
- Directeur d'établissement
- Membre des CHS ou CHSCT
- Responsable HSE/Responsable sécurité
- Ingénieur prévention
- Psychologue du travail
- Médecin de prévention
- Infirmier

LES +

- Un cabinet membre de la FIRPS (Fédération des intervenants en risques psychosociaux)
- Des pistes concrètes pour agir sur votre absentéisme compressible
- Une feuille de route pour les DRH

GESTION PUBLIQUE

Responsable communication du secteur public

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Anticiper vos actions en intégrant les projets des services et des élus à votre plan de communication
- Relever les nouveaux défis spécifiques à votre métier et au secteur public
- Valoriser le positionnement de « conseil » du service

DATES

- Paris :
- 27-28 mars 2012
 - 19-20 juin 2012
 - 20-21 nov. 2012

PROGRAMME

2j/14h : 1645 € HT (1967,42 € TTC) AH06

Appréhender le rôle et les enjeux de la communication du service public

- Délivrer l'information qu'est en droit d'attendre l'usager
- Comment positionner votre métier dans sa mission de « conseil » ?

Construire le plan de communication : méthode et outils

- Inscrire sa stratégie de communication dans la durée
- Décliner la politique institutionnelle de l'établissement
- Prendre en compte le circuit de validation : du chef de service à l' élu

Traduire les objectifs de l'établissement en objectifs de communication ciblés

- Mettre en avant les projets des élus
- Fixer des objectifs en concertation avec les services
- Utiliser au mieux tous les canaux (leaders, presse, Internet, Intranet, facebook, twitter...)

■ Etude de cas : analyse des facteurs clés de succès de campagnes de communication

Définir une stratégie de communication globale en partenariat avec les services : garantir la cohérence de l'image de l'institution

Evaluer la performance de vos actions de communication

- Mettre en place les bons indicateurs
- Comment interpréter les résultats et s'en servir comme levier d'amélioration ?

Internet, Web 2.0, smartphones : relever les nouveaux défis numériques

- Facebook, Twitter, Linked In, Viadeo : quel réseau social pour quoi faire ?
- Optimiser la convergence du print et du web et travailler sur leur complémentarité

■ Cas pratique : l'intérêt du web 2.0 pour les collectivités

Démarche participative, proximité et communication responsable

- Cerner les rôles et missions de la communication dans la démocratie participative
- Intégrer et mettre en valeur le développement durable

Optimiser le dialogue avec les élus : de l'expertise au conseil

- Développer une relation de partenariat avec les élus locaux et mettre en avant la valeur ajoutée du service communication

Traduire les demandes des différents services : se positionner en tant que « conseiller » en communication

- Recueillir l'essentiel
- Recommander un brief pour formaliser la demande
- S'appuyer sur les orientations stratégiques du plan de communication

S'affirmer auprès de vos prestataires

- Revoir les bases des marchés publics pour mieux traiter avec vos fournisseurs
- Adopter une méthodologie de travail claire avec ses prestataires

ANIMÉ PAR

Patrick Lamarque

Consultant en communication

PROFILS

- Directeur de la communication
- Chargé de communication
- Responsable communication
- Chef de projet communication
- Responsable marketing territorial
- Chef de mission marketing,
- et autres fonctions liées à la communication dans le secteur public

LES +

- Une formation métier spécialement adaptée aux spécificités du secteur public.
- Les conseils et les retours d'expériences du formateur, expert de la communication publique

Marchés publics de défense

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Décrypter les spécificités des marchés publics de défense
- Sécuriser la négociation et optimiser l'offre d'achat
- Identifier les clauses essentielles et préparer l'exécution du marché

PROGRAMME

1j/7h : 1045 € HT (1249,82 € TTC) PF55

Décrypter l'actualité réglementaire : la transposition en Droit français de la directive 2009/81/CE du Parlement européen et du Conseil du 13 juillet

- Modification des directives 2004/17/CE et 2004/18/CE
- Nouvelles modalités pour la coordination des procédures de passation dans les domaines de la défense et de la sécurité

Maîtriser les spécificités des marchés publics de défense

- Maîtriser le nouveau cadre juridique spécifique du décret n°2011-1104 du 14/09/2011
- Connaître l'articulation entre le Code des marchés publics et la réglementation spécifique des marchés publics de défense
- Identifier les textes spécifiques : CAC PI, CAC DGA, Clauses logicielles...

Bien préparer le lancement du marché et les modalités de réponse à la consultation

- Les règles en matière d'appréciation des candidatures
- Les modalités de composition d'un groupement d'entreprise
- Comment gérer la sous-traitance
- Les règles dérogatoires en matière de critères d'attribution
- Savoir identifier les différentes formes de marchés :
 - accord-cadre
 - marché à bons commandes
 - marché global / marché alloti
 - marchés à tranches...

Maîtriser les procédures de passation spécifiques

- Procédures négociées
- Dialogue compétitif
- Marchés d'études

■ Cas pratique : étude d'un avis d'appel public à la concurrence et d'un DCE type

Négociation : les règles à connaître et les pièges à éviter

- Méthodologie juridique de la négociation : comment sécuriser la négociation des marchés ?
- Identifier les clauses essentielles et les marges de négociation

DATES

- Paris :
- 13 déc. 2011
 - 27 mars 2012
 - 21 sept. 2012

ANIMÉ PAR

Raphaël Apelbaum
Of Counsel - Cabinet Earth Avocats

PROFILS

- Responsable marchés
- Responsable achats
- Acheteur
- Directeur technique
- Directeur juridique
- Juriste
- Opérateurs privés des marchés de défense

LES +

- S'adresse à un public issu du secteur public ou privé (entreprises répondant à des marchés publics de défense)

Du 26 au 30 mars 2012, à Paris



Comundi

Le rendez-vous des fournisseurs des marchés publics

1 conférence d'actualité inédite :

- Adapter votre approche commerciale aux nouveaux enjeux de l'achat public

10 formations opérationnelles pour :

- Développer une relation commerciale gagnante avec le secteur public
- Actionner les bons leviers pour remporter des marchés publics
- Assurer un suivi efficace de vos contrats publics et gérer les litiges

1^{re} édition
2012

CONGRÈS

RETROUVEZ TOUS NOS PROGRAMMES ET NOUVEAUTÉS SUR : WWW.COMUNDI.FR, RUBRIQUE « ACTUS ».
+ D'INFOS ? CONTACTEZ NOTRE CONSEILLER FORMATION

Administrateur de garde à l'hôpital

Maîtriser la réglementation et réagir en situation de crise

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Connaître les droits et obligations de l'administrateur de garde
- Faire face aux situations exceptionnelles et communiquer efficacement dans l'urgence
- Optimiser l'organisation et le déroulement de vos gardes administratives

PROGRAMME

2j/14h : 1745 € HT (2087,02 € TTC) HD04

Connaître le cadre juridique et identifier les personnels habilités

- Les textes relatifs à la permanence des soins et aux personnels habilités
- L'indemnisation de la continuité des soins
- Le rôle et les responsabilités de l'administrateur à l'hôpital
- L'organisation et les modalités de fonctionnement de la GA

■ Cas pratique : analyse de cas de jurisprudence

Gérer le parcours du patient

- L'admission, le séjour hospitalier et la sortie
- Les soins psychiatriques
- Le décès
- Les effets personnels des patients

Collaborer avec les personnels médicaux et non médicaux

- Le rôle et les responsabilités des personnels en situation de crise
- Réagir face aux violences subies par les personnels
- Gérer les personnels défaillants

Associer les prestataires extérieurs

- Sécurité informatique, sécurité des personnes et des biens

Optimiser les coopérations hôpital, police et justice

- Identifier les interlocuteurs pertinents au sein des institutions
- Fournir une réponse adaptée et assurer le respect des procédures

■ Cas pratique : relations hôpital, police et justice

Optimiser l'organisation de la GA

- Identifier le personnel présent et être identifié par le personnel
- Connaître les événements de la journée

- Prioriser vos décisions en GA
- La mallette de garde et les fiches réflexes
- Le rapport de garde

Le circuit de décision et d'information interne

- Quels services impliquer et à quel moment
- Puiser dans les compétences des équipes pour répondre aux situations spécifiques

Gérer les situations les plus fréquentes lors des GA

- Rationaliser la disponibilité des lits
- Gérer les absences de personnel
- Faire face aux incidents techniques

Elaborer des fiches réflexes

- Diversifier vos sources et concentrer l'information
- Privilégier la diversification des formats

Répondre aux situations de crise

- Déclenchement des plans d'urgence
- Coordonner tous les acteurs
- Passer le relais en fin de GA

■ Cas pratique : analyse de situations de crise lors d'une GA

S'initier à la communication de crise à l'hôpital

- Le circuit d'alerte et la cellule de crise
- Gérer les relations hôpital/presse
- Maîtriser l'information sortante
- Passer le relais en fin de garde

■ Cas pratique : communiquer en situation de crise

DATES

- Paris :
- 12-13 mars 2012
 - 18-19 juin 2012
 - 19-20 nov. 2012

ANIMÉ PAR

Omar Yahia
Avocat, SCM Saint-Marc - Avocat

PROFILS

- Directeur d'hôpital
- Directeur adjoint
- Cadre supérieur de santé
- Adjoint des cadres
- Attaché de direction
- Toute personne en charge de la garde administrative à l'hôpital

LES +

- Le formateur, avocat spécialiste du droit sanitaire et ancien juriste au sein de l'hôpital Paul Guiraud à Villejuif pour lequel il a effectué de nombreuses gardes administratives.

PILOTAGE ET GESTION DES ESMS

Tirer parti des évaluations interne et externe : en faire un outil de progrès pour votre établissement

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Maîtriser la méthodologie d'analyse des résultats des évaluations interne et externe
- Exploiter les conclusions des évaluations pour développer l'activité de votre établissement
- Mettre en place votre plan d'actions pour améliorer la qualité de service

PROGRAMME

2j/14h : 1545 € HT (1847,82 € TTC) HD05

Cerner le contexte réglementaire des évaluations et les nouvelles exigences institutionnelles

- Rappel sur la réglementation impactant les évaluations et sur les attentes des autorités de tutelle et des agences
- Identifier les incidences des évaluations sur votre activité

Exploiter les résultats des évaluations

- Déterminer une méthodologie d'analyse pertinente et la valider avec vos équipes
- Exploiter les données recueillies en fonction des objectifs et des missions de votre établissement

■ Cas pratique : dégager un plan d'actions logique et fonctionnel

Planifier vos actions et déterminer les rôles de chacun

- Fixer les objectifs de vos actions en se basant sur les rapports d'évaluations
- Identifier les acteurs pertinents dans le cadre du plan d'actions

Conduire une démarche participative pour impliquer vos interlocuteurs

- Communiquer pour permettre aux acteurs de s'approprier la démarche et valoriser vos actions
- Faire participer les usagers et les familles

■ Mises en situations : adapter votre discours face à différents acteurs impliqués dans le plan d'actions

Promouvoir et respecter les droits des usagers

- Valoriser l'exercice des droits et libertés individuels
- Promouvoir la qualité du cadre de vie
- Garantir la cohérence et la fluidité du parcours de l'usager

Piloter la performance au service d'un projet intégré à son environnement

- Garantir la cohérence du projet d'établissement
- Optimiser la gestion des ressources

Maîtriser les outils de suivi et construire des indicateurs pertinents

- Transformer les objectifs du plan d'actions en indicateurs de suivi
- Faire vivre votre plan d'actions et élaborer des mesures correctives

■ Cas pratique : exemples concrets d'indicateurs pertinents en ESMS

De l'analyse des évaluations à l'actualisation des outils de 2002.2

- Privilégier une démarche en continu
- Valider la compatibilité des objectifs pour éviter les interférences

■ Débat : performance, efficacité et compétence : quelle place dans le secteur social et médico-social ?

Transformer les évaluations en levier de développement

- La notion de performance en action sociale
- Redéfinir les orientations stratégiques de votre structure
- Renouveler votre démarche qualité

■ Cas pratique : améliorer la performance opérationnelle de votre établissement

A partir d'exemples concrets, vous serez invités à proposer des axes d'amélioration autour de différentes thématiques opérationnelles

DATES

- Paris :
- 26-27 mars 2012
 - 7-8 juin 2012
 - 27-28 sept. 2012
 - 3-4 déc. 2012

ANIMÉ PAR

Elise Laurent
Responsable du pôle qualité efficacité et contractualisation - Direction Handicap - Grand âge, ARS Rhône Alpes

PROFILS

- Directeur d'établissement social ou médico-social
- Directeur adjoint
- Président d'association
- Responsable qualité
- Chef de service
- DRH...

LES +

- Des mises en situations et des retours d'expériences

Informations pratiques

Notre service clients, à votre écoute

01 46 29 23 79

Nos chargé(e)s de clientèle sont à votre disposition pour vous accompagner tout au long de votre parcours de formations inter-entreprises : du lundi au jeudi de 8h30 à 18h30, vendredi de 8h30 à 18h.

Notre centre d'appels vous permet d'être mis directement en relation avec un de nos chargé(e)s de clientèle en fonction de votre besoin :

Pour vous inscrire :

- par téléphone, composez le 01 46 29 23 79, suivi de la **touche 1 (choix « vous inscrire »)**
- par télécopie : adressez votre formulaire d'inscription au 01 46 29 68 29
- par e-mail : inscription@comundi.fr en précisant le titre et la date de la formation
- directement sur le site www.comundi.fr

Pour obtenir des informations sur le suivi de votre commande :

- par téléphone, composez le 01 46 29 23 79, suivi de la **touche 2**
- par télécopie : 01 46 29 68 16
- par e-mail : info@comundi.fr

Pour être conseillé :

- par téléphone, composez le 01 46 29 23 79, suivi de la **touche 4**
- par e-mail : info@comundi.fr

DÉTAILS LOGISTIQUES

Salles de formation et horaires

Nos sessions ont lieu essentiellement dans des centres d'affaires ou des hôtels (Paris intra muros ou proche périphérie / Lyon à proximité de la gare Part-Dieu). Elles se déroulent de 9h à 12h30 et de 14h à 17h30 : le dernier jour, ces horaires peuvent être assouplis en fonction des éventuels impératifs (train, avion) des participants.

Pauses et déjeuners : inclus dans les frais d'inscription

Vous prenez les déjeuners sur les lieux de la formation, ou dans des restaurants de proximité immédiate. Si vous suivez un régime alimentaire particulier, nous avons le plaisir d'adapter votre repas : il vous suffit de le préciser à nos hôtesses au début de votre formation.

Inscriptions multiples

- Pour 2 inscriptions simultanées sur la même session, bénéficiez de 10 % de réduction sur la 2^e inscription.
- Pour 3 inscriptions simultanées sur la même session, bénéficiez de 10 % de réduction sur la 2^e inscription et de 20 % sur la 3^e inscription.
- Au-delà, et pour obtenir un devis sur-mesure, contactez notre service clients au 01 46 29 23 79 ou par e-mail : inscriptions@comundi.fr

Pour organiser votre déplacement

Toutes nos formations se déroulent principalement sur Paris et une sélection d'entre elles à Lyon. Le lieu exact vous sera précisé sur votre convocation, 3 à 4 semaines avant la date du stage.

Transport : Si vous souhaitez recevoir un fichet de réduction SNCF de 20 % portant sur le billet aller-retour et la réservation en même temps que votre convocation, merci de le préciser sur le bulletin d'inscription.

Hébergement : pour réserver votre chambre d'hôtel, contactez la centrale de réservation BBA par tél. 01 49 21 55 90, par fax 01 49 21 55 99 ou par e-mail : solution@netbba.com, en précisant le code de réservation "Comundi".

COMUNDI ACCESSIBILITÉ



Pour permettre aux personnes handicapées d'accéder plus facilement à nos formations, notre service clients et notre équipe logistique s'engagent à tout mettre en œuvre pour trouver la solution la plus adaptée à chaque situation de handicap : accessibilité du lieu de la formation pour des personnes à mobilité réduite, adaptation du support de cours pour des personnes ayant une déficience visuelle, aménagement à prévoir avec le formateur, etc.

Lors de l'inscription, prenez contact avec notre Service Clients : 01 46 29 23 79 option 4 ou info@comundi.fr, afin que nous puissions anticiper les aménagements nécessaires (idéalement au moins 4 semaines avant le déroulement de la formation).

Formations sur-mesure / intra :

Vous souhaitez réaliser une formation dans vos locaux pour un groupe de collaborateurs ? Vous avez un projet de formation sur un thème spécifique ? Nos Responsables Formation Intra sont à votre écoute pour prendre en compte votre contexte et vous conseiller. Contactez notre équipe dédiée à l'intra, par téléphone au 01 46 29 69 17 (touche 1 - choix « sur-mesure ») ou par e-mail : intra@comundi.fr



Conditions générales de vente

PRÉAMBULE

COMUNDI, SASU, immatriculée au RCS de Nanterre 509 626 107, dont le siège social est situé Forum 52, 52 rue Camille Desmoulins, 92448 Issy-les-Moulineaux Cedex (ci-après « COMUNDI ») organise et dispense des formations professionnelles.

La signature par le Client des présentes Conditions Générales de Vente (ci-après « CGV ») emporte leur acceptation pleine et entière. Les CGV prévalent sur tout autre document du Client, et notamment sur toutes conditions générales d'achat, sauf accord stipulations particulières dérogatoires mentionnées aux termes de la convention simplifiée de formation professionnelle qui forme, avec les présentes et le bulletin d'inscription, un tout indivisible. Tous autres documents de COMUNDI, tels que prospectus, catalogues, n'ont qu'une valeur indicative. Le fait que COMUNDI ne se prévale pas, à un moment donné, de l'une quelconque des présentes conditions, ne peut être interprété comme valant renonciation à s'en prévaloir ultérieurement.

1 - INSCRIPTION

Vous disposez de la possibilité de vous préinscrire par téléphone au 01 46 29 23 79 (touche 1) ou par courrier électronique à l'adresse inscription@comundi.fr

Votre inscription sera considérée comme définitive à réception de votre demande d'inscription formalisée par l'envoi du bulletin rempli et signé ou à la régularisation de la convention simplifiée de formation professionnelle : soit par courrier, à l'adresse suivante : COMUNDI - Pôle Inscriptions Formation - 28 481 Thiron cedex, soit par fax au 01 46 29 68 29.

Une convocation vous est adressée trois [3] à quatre [4] semaines avant la formation ; elle précise les horaires, le lieu et les moyens d'accès.

Sur place, vous êtes invité(e) à signer une liste d'émargement, nécessaire à l'établissement d'une attestation de présence expédiée sous quatorze [14] jours après la formation.

2 - ANNULATION - REMPLACEMENT

Les remplacements de participant sont admis à tout moment, sans frais, sous réserve d'en informer par écrit COMUNDI et de lui transmettre les noms et coordonnées du remplaçant au plus tard la veille de la formation.

Vous disposez de la faculté d'annuler une inscription sous réserve d'en informer COMUNDI par lettre recommandée avec accusé de réception ou par courriel avec accusé de réception à l'adresse info@comundi.fr, jusqu'à quatorze [14] jours calendaires avant la date de la formation (ou du 1^{er} module pour un cycle ou une visio-formation). Dans cette hypothèse, COMUNDI procédera, dans un délai de trente [30] jours, au remboursement des droits d'inscriptions déduction faite d'une retenue de 10 %, dans la limite de 180€HT, au titre des frais de dossier et de dédit (pour les visio-formations, retenue forfaitaire de 180€HT). Ce dédit ne peut en aucun cas être imputé sur le montant de la participation au développement de la formation professionnelle.

En cas d'annulation moins de quatorze [14] jours calendaires avant la date de la formation, le montant de l'inscription reste dû en totalité à COMUNDI.

Toute formation à laquelle le participant ne s'est pas présenté ou n'a assisté que partiellement est due en totalité. Pour les visio-formations, il appartient au participant de s'assurer de la bonne configuration de son poste informatique, avant la formation, dans les délais impartis.

Conditions spéciales concernant les Journées d'étude : des frais d'un montant de 250 euros HT par personne, soit 299 euros TTC, seront facturés en cas d'annulation la veille de la journée d'étude ou le jour même, ou en cas de non présentation à la journée. Toute annulation devra être confirmée par écrit (courrier, télécopie : 01 46 29 23 79, ou e-mail : info@comundi.fr). Les remplacements sont admis sans frais à tout moment.

3 - TARIFS - PAIEMENT

Tous les tarifs sont indiqués hors taxes. Ils seront majorés des droits et taxes applicables à la date de facturation.

Nos tarifs sont forfaitaires : ils comprennent la formation, la documentation pédagogique remise pendant la formation, les petits-déjeuners, les déjeuners et les pauses-café.

Vous avez la possibilité de bénéficier de tarifs dégressifs en cas d'inscriptions à plusieurs formations ou de plusieurs participants (à l'exception des journées d'étude) ; pour ce faire, n'hésitez pas à contacter notre service Clients au 01 46 29 23 79 (option 1 - choix « vous inscrire ») ou par courrier électronique à l'adresse inscription@comundi.fr.

Le règlement du prix de la formation est à effectuer avant le jour de la formation, comptant et sans escompte : soit par chèque bancaire à l'ordre de COMUNDI, soit par virement bancaire à notre banque CIC ST AUGUSTIN GCE SUD, libellé au nom de COMUNDI, sur le compte n° 30066 10947 00020004701 72.

En cas de paiement effectué par un OPCA, il appartient au Client de s'assurer de la bonne fin du paiement par l'organisme concerné. En cas de prise en charge partielle par l'OPCA, la part non prise en charge lui sera directement facturée.

Dans la mesure où COMUNDI éditte une facture valant convention de formation pour l'action commandée, il appartient au Client d'en vérifier, avant le stage, l'imputabilité auprès de son OPCA.

Pour les organismes soumis au code des marchés publics, la facture sera communiquée après la formation. À compter de cette date, le règlement devra être effectué au plus tard dans les 45 jours.

Toute facture non payée à échéance portera de plein droit, intérêt au taux d'intérêt appliqué par la Banque Centrale Européenne à son opération de refinancement la plus récente majoré de 10 %.

A défaut de paiement d'une seule facture à son échéance, l'intégralité des sommes dues par le Client deviendra immédiatement exigible.

Toute facture recouvrée par nos services contentieux sera majorée, à titre de clause pénale non réductible au sens de l'article 1229 du Code Civil, d'une indemnité fixée à 15 % du montant des sommes exigibles.

En cas de rejet d'un effet de commerce, les frais encourus seront facturés au Client.

4 - RESPONSABILITÉ - INDEMNITÉS

L'employeur, ou selon le cas le participant, s'oblige à souscrire et maintenir en prévision et pendant la durée de la formation une assurance responsabilité civile couvrant les dommages corporels, matériels, immatériels, directs et indirects susceptibles d'être causés par ses agissements ou ceux de ses préposés au préjudice de COMUNDI ou des participants. Il s'oblige également à souscrire et maintenir une assurance responsabilité civile désignant également comme assuré COMUNDI pour tous les agissements préjudiciables aux tiers qui auraient été causés par son préposé, et, contenant une clause de renonciation à recours, de telle sorte que COMUNDI ne puisse être recherchée ou inquiétée.

5 - DROIT DE CONTRÔLE DE COMUNDI

COMUNDI se réserve le droit, si le nombre de participants à une formation est jugé insuffisant sur le plan pédagogique, d'annuler cette formation au plus tard quatorze [14] jours calendaires avant la date prévue.

Les frais d'inscription préalablement réglés seront alors entièrement remboursés ou, à votre convenance, un avoir sera émis.

COMUNDI se réserve le droit de reporter la formation, de modifier le lieu de son déroulement, le contenu de son programme ou de remplacer un animateur, si des circonstances indépendantes de sa volonté l'y obligent.

COMUNDI se réserve le droit, sans indemnité de quelque nature que ce soit :

- de refuser toute inscription de la part d'un Client qui ne serait pas à jour de ses paiements, quelle qu'en soit la nature,
- de refuser l'accès de toute personne destinataire d'une convocation qui ne serait pas à jour de ses paiements,
- d'exclure à tout moment tout participant dont le comportement gênerait le bon déroulement du stage et/ou manquerait gravement aux présentes conditions générales de vente,
- d'exclure tout participant qui aurait procédé à de fausses déclarations lors de l'inscription et ce, sans indemnité.

6 - PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Dans le cadre du respect des droits de propriété intellectuelle attachés aux supports de cours ou autres ressources pédagogiques mis à la seule disposition des participants de la formation, le Client s'interdit de reproduire, directement ou indirectement, en totalité ou en partie, d'adapter, de modifier, de traduire, de représenter, de commercialiser ou de diffuser à des membres de son personnel non participants aux formations COMUNDI ou à des tiers, les dits supports et ressources pédagogiques sans l'autorisation expresse, préalable et écrite de COMUNDI ou de ses ayants droit.

7 - INFORMATIQUE ET LIBERTÉS

Conformément aux dispositions de la Loi n°2004-801 du 6 août 2004 modifiant la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 dite « Loi Informatique et Libertés », relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, les informations qui vous sont demandées sont nécessaires au traitement de votre inscription et sont destinées aux services de COMUNDI. Les traitements automatisés des données nominatives réalisés ont fait l'objet d'une déclaration auprès de la CNIL le 07/04/2009 sous le numéro 1357005 par la société COMUNDI auprès de qui vous pouvez exercer, conformément aux dispositions des articles 39, 40, 41, et 42 de la Loi 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée, vos droit d'accès, de rectification et d'opposition.

Pour exercer ces droits, il suffit de prendre contact avec le Service Relations Clients de COMUNDI par e-mail à l'adresse info@comundi.fr ou par voie postale au siège de COMUNDI.

Ces informations peuvent faire l'objet d'une cession, d'une location ou d'un échange auprès d'autres sociétés partenaires à des fins de prospections. Si vous ne souhaitez pas être destinataire de leurs documents, merci de nous le signaler.

8 - LOI APPLICABLE – ATTRIBUTION DE COMPÉTENCE

LE PRESENT ACCORD EST REGI PAR LE DROIT FRANÇAIS.

EN CAS DE CONTESTATION SUR L'INTERPRETATION OU L'EXECUTION DE L'UNE DE CES DISPOSITIONS, ET A DEFAUT D'UN ACCORD AMIABLE DES PARTIES, LE TRIBUNAL DE COMMERCE DE NANTERRE SERA SEUL COMPETENT.

BULLETIN D'INSCRIPTION

Un bulletin d'inscription par stage.

CN0112

PAR E-MAIL / INTERNET	PAR FAX	PAR COURRIER	PAR TÉLÉPHONE
inscription@comundi.fr Précisez le titre et la date www.comundi.fr	01 46 29 68 29	Comundi Pôle Inscriptions Formation 28481 Thiron cedex	01 46 29 23 79 Suivi touche 1

STAGE

Titre :
 Date : Nbre de jours : Référence :

PARTICIPANT 1

M./Mme/Mlle : Fonction :
 Service : Tél :
 Fax : e-mail :

PARTICIPANT 2

M./Mme/Mlle : Fonction :
 Service : Tél :
 Fax : e-mail :

TARIF

Prix HT 1^{er} participant : + TVA (19,6 %) Prix TTC :
 Prix HT 2nd participant : + TVA (19,6 %) Prix TTC :
 Remise pour inscriptions multiples : voir page 24.
 Transport : Fichet de réduction de 20 % SNCF

ÉTABLISSEMENT

Société / Établissement :
 Adresse :
 Code postal : Ville :
 Tél : Fax :
 Site web :
 N° TVA intracommunautaire :
 Siret : NAF / Activité :

Responsable du suivi de l'inscription :

Nom : Prénom :
 Fonction : Service :
 Tél : Fax :
 Email :

Responsable Formation :

Nom : Prénom :

Adresse de facturation (si différente ou prise en charge par organisme collecteur)

Société / Établissement : Dossier suivi par :
 Adresse :
 Code postal : Ville :
 Tél : Fax :
 E-mail :
 Référence à rappeler sur la facture :

Cachet

En signant ce bulletin, j'accepte les conditions générales de vente
 À Signature
 Le

COMUNDI • Société du groupe Reed Business Information - SASU au capital de 100 000 euros - RCS Nanterre 509 626 107 - NAF : 8559B - FORM 52 - 52, rue Camille Desmoulins - 92448 Issy-les-Moulineaux cedex



CONTACTEZ-NOUS!

COMUNDI

PARIS

Forum 52
52, rue Camille Desmoulins
92448 Issy-les-Moulineaux Cedex
Tél. : 01 46 29 23 79

LYON

Villa Créatis
2, rue des Mûriers
CP 601 - 69258 Lyon Cedex 09
Tél. : 04 72 53 79 33

info@comundi.fr

www.comundi.fr



Comundi