

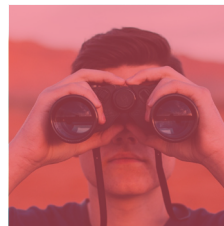
2024

FORMATION
audigny

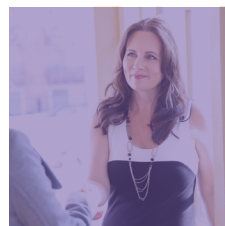
43 formations



Management



Vente



RH



Direction



**Développement
personnel**

Management

- Accompagner et faciliter le changement
- Réussir dans sa mission de tuteur
- Manager à distance
- Le manager bienveillant
- Innovation managériale
- L'art du feed back
- Devenir manager coach
- Faciliter la gestion de projet dans une organisation
- Mieux déléguer et responsabiliser ses collaborateurs
- Dynamique de groupe :
«Développer vos compétences dans la facilitation collective»

Accompagner et faciliter le changement

OBJECTIFS

- » Comprendre le processus de changement au niveau individuel, collectif et organisationnel
- » Appréhender les différents styles de comportement face au changement et leur impact pour développer son leadership
- » Faciliter la dynamique du changement avec une méthode permettant de renforcer les chances de réussite

Combien de temps ?

4 x 2 heures
+ 2 x 30 min

Prix

1 000€ HT

Pour qui ?

Toute personne, tous services confondus.

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle. Apports théoriques ponctués d'exercices pratiques. Mises en situation avec implication active des participants.

L'accélération du rythme et des changements créent une «nouvelle normalité» dans laquelle les individus et les organisations évoluent. Cela se traduit par une diminution de la visibilité pour l'avenir et crée un contexte de changement continu.

La « nouvelle normalité » sollicite un nouvel état d'esprit capable de rompre avec les habitudes et attitudes antérieures pour mieux accueillir le changement en développant ouverture et agilité. Comprendre le changement et récupérer des grilles de lecture facilite l'ouverture. Regarder le changement comme un processus d'évolution sain et une opportunité favorise la confiance.

Acquérir une méthode permettant de préparer le changement afin de mobiliser les forces en sa faveur et de réduire l'impact de celles en sa défaveur augmente les chances de succès. Travailler sur la dynamique du changement, c'est aussi développer son leadership pour en devenir un facilitateur qui apprend à interagir avec les différents types de comportements possibles.

Cette formation s'adresse à tous les membres d'une organisation qui sont concernés/ impactés par la question du changement afin de leur permettre la mise en place de nouveaux fonctionnements facilitant ce processus tout en respectant les besoins individuels et collectifs.

PROGRAMME

1. LE PROCESSUS DE CHANGEMENT

- A. L'état de l'art du changement et la mise en pratique des facteurs clés de succès.**
- B. L'illustration du processus de changement individuel et collectif au travers d'une grille de lecture.**
- C. L'appropriation des différents styles de comportement face au changement et le leadership**

2. LA FACILITATION DU CHANGEMENT

- A. Identifier les besoins individuels et collectifs dans un contexte de changement.**
- B. Se repérer dans les phases de développement d'une organisation pour développer de nouveaux points d'appuis.**
- C. Faciliter la dynamique de changement avec une méthode créant de la synergie.**

LES + DE LA FORMATION

- » Liens entre les grilles de lecture apportées en formation et l'actualité des participants.
- » Expérimentation de la méthode par les Participants sur une situation de changement (en cours ou à venir)
- » Évolution des pratiques collectives



Pour toute demande, contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Réussir dans sa mission de tuteur

OBJECTIFS

- » Découvrir l'importance de l'intégration des collaborateurs sur une nouvelle fonction et des outils d'accueil et d'intégration existants,
- » Découvrir les clefs de la communication interpersonnelle et ses applications dans l'environnement de travail,
- » Apprendre à mener des entretiens, notamment dans le cadre de l'évaluation de la prise de poste, fixer des objectifs et contrôler leur atteinte,
- » Construire ses outils de suivi d'intégration.

Combien de temps ?

4 x 1,5 heures

Prix

600€ HT

Pour qui ?

Personnes amenées à tutorer

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Travail en groupe.
Études de cas.
Construction de grilles de diagnostic.
Simulations d'entretiens

PROGRAMME

1. LES ENJEUX DE L'INTÉGRATION

- A. Pourquoi un processus d'intégration ?
- B. Place de l'intégration dans la politique RH
- C. Le rôle clef du manager et du tuteur dans le processus d'intégration

2. COMMENT INTÉGRER ?

- A. La qualité de l'accueil
- B. Les attentes du nouveau collaborateur
- C. Les principes de base de l'intégration
- D. L'accompagnement dans la prise de fonction
- E. Le process d'accueil et d'intégration
- F. La construction des outils d'aide à l'intégration

3. LES PRINCIPES DE LA COMMUNICATION INTERPERSONNELLE

- A. La communication verbale et non verbale
- B. Les différents canaux de communication
- C. Les règles d'or de la communication efficace
- D. Écouter pour découvrir ou mémoriser
- E. Écouter pour questionner ou répondre

4. LA SPÉCIFICITÉ DE L'ENTRETIEN INDIVIDUEL ET D'ACCOMPAGNEMENT À LA PRISE DE POSTE

- A. Définir l'objectif d'un entretien
- B. Adapter son attitude à son interlocuteur
- C. Identifier et faire identifier les tâches et les objectifs à atteindre
- D. Définir et annoncer les critères d'évaluation
- E. Adopter une attitude positive lors des évaluations
- F. Communiquer le résultat des évaluations

LES + DE LA FORMATION

- » Pédagogie active faisant alterner des réflexions collectives, des apports spécifiques et des applications concrètes.
- » Remise d'un support de stage et de « fiches repères ».



Pour toute demande, contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Manager à distance

OBJECTIFS

- » Identifier son rôle de manager
- » Connaître les principes de fonctionnement d'une équipe à distance
- » Savoir orienter l'action de l'équipe en définissant les règles du jeu
- » Connaître les outils du manager : objectifs, réunion, motivation, contrôle des résultats...
- » Savoir déléguer : qui, quoi, comment ?

Pré requis : exercer ou avoir exercé une responsabilité de management hiérarchique ou fonctionnelle et être amené à piloter ses coéquipiers en télétravail.

PROGRAMME

- 1. LES FONDAMENTAUX DU MANAGEMENT HIÉRARCHIQUE ET FONCTIONNEL**
 - A. Fonctions, rôles et responsabilités du manager**
 - B. L'importance de la communication managériale**
 - C. L'articulation du management individuel et collectif**
 - D. Délégation : Les caractéristiques, les modalités et les conditions de réussite**
- 2. L'ANIMATION DE L'ÉQUIPE**
 - A. Les facteurs favorisant le développement d'un esprit d'équipe**
 - B. Les stades d'évolution d'une équipe et les modes de management adaptés (modèle management situationnel collectif)**
 - C. Les actions structurant l'action de l'équipe en cohérence avec les objectifs de l'entreprise**
 - D. Les différents types d'animation et de réunions managériales**
 - E. Le cas du télétravail**
- 3. L'ANIMATION DES PERSONNES DANS L'ÉQUIPE À DISTANCE**
 - A. Analyser ses pratiques et adapter son mode de management aux spécificités du management à distance**
 - B. Organiser le temps du travail de l'équipe**
 - C. Motiver à distance, instaurer des « routines » et communiquer avec ses équipes**
 - D. Conduire les différents types d'entretien de management au quotidien (fixation d'objectifs, suivi de la personne et de l'activité, contrôle des résultats) dans le cadre du télétravail**

LES + DE LA FORMATION

- » Pédagogie s'appuyant sur l'expérience des participants en utilisant leurs propres cas,
- » Pédagogie active faisant alterner des réflexions collectives, des apports spécifiques et des applications concrètes,
- » Remise d'un support de stage et de « fiches repères »

Combien de temps ?

4x2 heures

Prix

700€ HT

Pour qui ?

Managers

Modalités
pédagogiques

Classe virtuelle.
travail en groupe.
Études de cas.
Travail inter session
et remise d'un livrable.



Pour toute demande,
contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Le manager bienveillant

OBJECTIFS

- » Adapter sa posture managériale dans la perspective de la bienveillance
- » Acquérir la bonne méthodologie et les bons outils pour mieux participer et faire participer ses collaborateurs
- » Humaniser son approche du management : favoriser l'engagement et le bien-être des collaborateurs
- » Gérer les situations complexes avec bienveillance

Combien de temps ?

4 x 2 heures

Prix

600€ HT

Pour qui ?

Directeur de service,
Directeur des
Ressources Humaines,
Manager de proximité,
chef d'équipe...

Modalités
pédagogiques

Classe virtuelle
pour appréhender
les concepts clés.
Travail inter session,
exercices de réflexions
individuelles.

PROGRAMME

- 1. LE MANAGEMENT BIENVEILLANT : ENTRE PRINCIPES ET RÉALITÉ**
 - A. Comprendre les fondamentaux de la bienveillance en management : un levier de mieux-être et de performance
 - B. Les implications du management bienveillant... et ses limites
 - C. Les conditions sine qua none du management bienveillant
 - D. Appréhender les enjeux clés : bienveillance, slow management, care
 - E. Partage d'expériences : échanges entre les participants concernant leurs représentations et conceptions en matière de bienveillance
- 2. ACQUÉRIR LA POSTURE DU MANAGER BIENVEILLANT**
 - A. Dessiner le périmètre de la bienveillance en tant que manager
 - B. Identifier les leviers de la bienveillance dans son management
 - C. Prendre en compte la réalité de son équipe dans la définition de ces objectifs
 - D. Optimiser le bien-être de ses collaborateurs
 - E. (Re)mettre le collectif au centre de son approche
- 3. LE MANAGEMENT BIENVEILLANT AU QUOTIDIEN**
 - A. Être un facilitateur des échanges : entre les personnes et au sein des différents services.
 - B. Être authentique et exemplaire : reconnaître ses erreurs
 - C. Être emphatique : encourager et valoriser ses collaborateurs en générant une cohésion d'équipe forte
 - D. Être inclusif : favoriser un climat de confiance et d'échange
 - E. Faire preuve de gratitude
 - F. Être positif et optimiste : créer de la joie, faire du plaisir au travail un axe de développement.
 - G. Exercice de mise en situation : animation d'une réunion d'équipe avec une posture bienveillante



Pour toute demande,
contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Le manager bienveillant

OBJECTIFS

- » Adapter sa posture managériale dans la perspective de la bienveillance
- » Acquérir la bonne méthodologie et les bons outils pour mieux participer et faire participer ses collaborateurs
- » Humaniser son approche du management : favoriser l'engagement et le bien-être des collaborateurs
- » Gérer les situations complexes avec bienveillance

Combien de temps ?

4 x 2 heures

Prix

600€ HT

Pour qui ?

Directeur de service,
Directeur des
Ressources Humaines,
Manager de proximité,
chef d'équipe...

Modalités
pédagogiques

Classe virtuelle
pour appréhender
les concepts clés.
Travail inter session,
exercices de réflexions
individuelles.

4. ALLONS PLUS LOIN... MODULES D'APPROFONDISSEMENT

A. Donner du sens et de la valeur au travail

- Définir ou redéfinir des process pour préserver son équipe et optimiser les performances individuelles et collectives
- Expliquer clairement l'ambition, la stratégie et les objectifs de l'entreprise
- Rappeler la place et les missions de chacun au sein du collectif
- Fixer des objectifs justes, atteignables et réalisables : générer l'envie et la motivation

B. Favoriser l'engagement et la motivation

- Utiliser les 3 leviers de l'engagement :
 - Autonomisation des équipes et esprit d'initiative
 - Savoir-faire, compétences et soft skills
 - Sentiment d'appartenance et cohésion
- Savoir miser sur la coopération, le partage, l'échange
- Se faire confiance et faire confiance : le juste équilibre entre autonomie et contrôle
- Favoriser une culture du droit à l'erreur pour développer l'initiative et la culture du test.

5. AGILITÉ & CHANGEMENT DE POSTURE : CONSERVER UNE ATTITUDE BIENVEILLANTE EN SITUATION DIFFICILE

A. Appliquer à soi-même les principes du management bienveillant: s'accorder le droit à l'erreur, pratiquer l'auto-évaluation et favoriser l'indulgence

B. Éviter les écueils du management bienveillant

C. Savoir changer de posture quand la bienveillance ne convient plus

D. Conflits et comportements

E. Recadrer

F. Sanctionner

G. Cas pratique / jeu de rôle : Feedback - Gérer la confrontation de manière constructive

LES + DE LA FORMATION

- » Pédagogie s'appuyant sur l'expérience des participants et utilisant leurs propres cas concrets.
- » Pédagogie active faisant alterner des réflexions collectives, des apports spécifiques et des applications concrètes.



NOUS CONSULTER

Pour toute demande,
contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Innovation managériale

OBJECTIFS

- » Créer les conditions de fonctionnement propices au travail entre pairs
- » Partager et clarifier les situations complexes rencontrées avec des apports méthodologiques et des grilles de lecture
- » Faire émerger de nouvelles possibilités permettant l'élaboration de la solution
- » Mettre en place de nouvelles stratégies issues des apprentissages
- » Renforcer la confiance et la positivité

Combien de temps ?

3x2h + 2x3h

Prix

1 200€ HT

Pour qui ?

Les Managers d'un même niveau hiérarchique.
12 Participants maximum par session.

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Un parcours annuel
6 sessions - Fréquence :
1 session tous les 2 mois
Elle est centrée sur l'apprenant et le développement de groupes professionnels.
Elle mobilise les Participants qui sont acteurs de leurs apprentissages et mobilisés dans la construction de leur solution.



Nous évoluons aujourd'hui dans un monde VICA (Volatile, Incertain, Complexe, Ambigu). Les managers sont confrontés au quotidien à de nouvelles situations auxquelles ils doivent faire face.

Dans ce nouveau contexte, la gestion des situations complexes nécessite une approche différente. Créer un espace propice à la prise de recul et au partage permet l'émergence de nouvelles pratiques et favorise l'appartenance à une communauté managériale.

Des méthodes de clarification sont mises au service du problème et l'élaboration de la solution est construite en même temps que le problème abordé. Les savoirs ne sont plus descendants mais partagés et co-construits à partir des situations amenées par les Participants. Les managers développent ensemble de nouvelles compétences pour naviguer dans un environnement VICA.

Cet espace est au service de tous les Managers qui souhaitent aborder et résoudre différemment les situations complexes auxquels ils sont confrontés dans leur pratique quotidienne.

PROGRAMME

1. APPROPRIATION DU DISPOSITIF

- A. Un planning annuel des sessions**
- B. Ouverture des inscriptions session après session**
- C. 1 tiers de places disponibles pour de nouveaux participants à chaque session**
- D. Mobilisation des ressources internes** (emails et entretiens RH/Direction, retour d'expérience des participants, cooptation d'un nouveau participant par un ancien...)

2. MÉTHODES UTILISÉES

- A. La méthodologie est centrée sur une solution et une issue d'approches multi-référentielles** : d'intelligence collective, de la systémie, du coaching des groupes et des organisations, de la médiation, de la communication non violente, de l'analyse des pratiques...

LES + DE LA FORMATION

- » Ouverture du champ des possibles, aborder différemment les situations complexes, développer de nouvelles stratégies, repartir avec des solutions concrètes, favoriser l'entraide et le soutien entre pairs, grandir ensemble dans ses pratiques managériales.

Pour toute demande,
contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

L'art du feedback

OBJECTIFS

- » Identifier les enjeux, les objectifs et les différentes typologies de feedbacks
- » Formuler des feedbacks constructifs et gérer les réactions émotionnelles
- » Mieux recevoir les feedbacks pour optimiser sa posture managériale

Combien de temps ?

4 x 2 heures
+ 2 x 30 mn

Prix

800€ HT

Pour qui ?

Directeur de service,
manager de proximité,
chef d'équipe...

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Travail en groupe.
Études de cas.
Travail inter session.
Suivi individuel par
téléphone et remise
d'un livrable.

PROGRAMME

1. LE FEEDBACK, UN ÉLÉMENT CLÉ DE PERFORMANCE POUR SON ÉQUIPE

A. Pourquoi donner du feedback ? Les enjeux

B. Comprendre et faire comprendre les bénéfices de feedbacks réguliers à ses collaborateurs.

C. Les différentes typologies de feedbacks:

- Encourager et féliciter
- Recadrer et sanctionner

D. Les bonnes pratiques et les écueils à éviter

- Spécifique, bon timing, concret, honnête et bienveillant
- Pas de jugement, pas de dévalorisation.

E. La méthode

- Présenter les Faits
- Être le plus précis possible
- Mettre en évidence les Conséquences (positives ou négatives)
- Amener le collaborateur à analyser les impacts et identifier les mesures et solutions
- Contourner les justifications
- Formuler des Recommandations

2. DONNER UN FEEDBACK EFFICACE ET CONSTRUCTIF

A. Définir le contexte et l'objectif du feedback

- S'assurer de la bonne disposition de son interlocuteur.
- Identifier les différentes typologies de feedbacks : Recadrer, féliciter, motiver...
- Actions correctives à mener, nouveaux objectifs et échéance : conclure l'entretien de feedback.

B. La posture à adopter

- Dissocier le feedback de son identité personnelle
- Entamer le feedback positivement
- Maîtriser ses émotions et manifester son désaccord de façon constructive
- Rester factuel dans ses propos et dans son ton
- Gérer la réaction de son collaborateur et faire accepter son feedback



Pour toute demande,
contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

L'art du feedback

OBJECTIFS

- » Identifier les enjeux, les objectifs et les différentes typologies de feedbacks
- » Formuler des feedbacks constructifs et gérer les réactions émotionnelles
- » Mieux recevoir les feedbacks pour optimiser sa posture managériale

Combien de temps ?

4 x 2 heures
+ 2 x 30 mn

Prix

800€ HT

Pour qui ?

Directeur de service,
manager de proximité,
chef d'équipe...

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Travail en groupe.
Études de cas.
Travail inter session.
Suivi individuel par
téléphone et remise
d'un livrable.

3. RECEVOIR DU FEEDBACK À PROFIT

- A. Créer un environnement propice à la culture du feedback**
- B. Écoute active : assurer une compréhension complète**
- C. Clarifier et reformuler le feedback**
- D. Demander conseil et trouver conjointement des pistes d'amélioration**

LES + DE LA FORMATION

- » Pédagogie s'appuyant sur l'expérience des participants en utilisant leurs propres cas,
- » Pédagogie s'appuyant sur une double approche méthodologique et comportementale
- » Remise d'un support de stage et de « fiches repères »



Pour toute demande,
contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Devenir manager coach

OBJECTIFS

- » S'approprier la démarche et les outils du manager-coach.
- » Identifier les potentiels de chaque collaborateur pour l'accompagner dans son évolution.

Combien de temps ?

5x2 heures

Prix

700€ HT

Pour qui ?

Managers souhaitant faire évoluer leur pratique de l'encadrement d'équipe vers un rôle de manager-coach pour développer les potentiels de leurs collaborateurs.

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Travail en groupe.
Études de cas.



PROGRAMME

1. LES MISSIONS DU MANAGER-COACH

- A. Origines du coaching et développement au sein de l'entreprise
- B. Spécificités du rôle de manager-coach
- C. Les zones d'intervention

2. DÉVELOPPER SES POTENTIELS DE MANAGER-COACH

- A. Professionnaliser son écoute
- B. Intégrer la variable « intelligence émotionnelle »
- C. Identifier les besoins d'un collaborateur
- D. Evaluer le degré d'autonomie de ses collaborateurs

3. UTILISER LES OUTILS DU COACHING

- A. Susciter la demande de son collaborateur
- B. Adapter son mode d'intervention à chaque situation
- C. Accompagner le développement professionnel

LES + DE LA FORMATION

- » Chaque participant se positionne par rapport à son type de gestion du temps et fait un point sur son degré de stress face à certaines situations.
- » La méthode active utilisée permet à chaque participant de découvrir de nouvelles techniques d'organisation, d'échanger sur ses pratiques avec le groupe et de choisir celles qui correspondent à sa personnalité et à son activité.

Pour toute demande,
contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Faciliter la gestion de projet dans une organisation

OBJECTIFS

- » Partager un langage commun et une méthodologie de gestion de projet
- » Découvrir et s'approprier une boîte à outils
- » L'adapter à son contexte et l'expérimenter sur ses projets
- » Développer de nouvelles compétences de facilitation

Combien de temps ?

5x2 heures

Prix

1 000€ HT

Pour qui ?

Tous les managers d'une même organisation afin de partager une boîte à outils commune.
12 Personnes maximum.

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Apports théoriques ponctués d'exercices pratiques.
Mises en situation avec implication active des participants.
La méthodologie est issue des bonnes pratiques de la gestion de projet et des techniques d'animation de groupe.



Pour toute demande, contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Dans un environnement de travail complexe et intense, les acteurs de différents services sont de plus en plus sollicités sur la mise en place et la gestion de projets. Partager au sein d'une même organisation une méthodologie ainsi qu'une boîte à outils commune sur la gestion de projet permet de rester efficace, confiant, tout en optimisant les chances de réussite.

C'est acquérir des réflexes pour mettre en lumière les zones d'ombres d'un projet afin de prendre en amont des décisions éclairées. Gérer un projet c'est partager un langage et une méthodologie. C'est s'approprier des outils pratiques qui facilitent le lancement, la validation, la conduite et le suivi du projet. C'est aussi développer de nouvelles capacités et aptitudes pour animer, fédérer et mobiliser les acteurs autour du projet.

Cette formation s'adresse à l'ensemble des acteurs, tous métiers confondus, amenés à conduire des projets et souhaitant acquérir les bonnes pratiques.

PROGRAMME

1. PARTAGER UNE VISION COMMUNE

- A. S'accorder sur une définition d'objectif
- B. Modéliser le cycle de vie d'un projet
- C. Rédiger la fiche projet

2. METTRE À PLAT L'ORGANISATION DU PROJET

- A. Organiser le pilotage du projet
- B. Définir les jalons
- C. Concevoir la matrice des responsabilités

3. SUIVRE LE PROJET

- A. Définir les indicateurs
- B. Identifier les risques
- C. Suivre l'avancement du projet

4. FACILITER LA VIE DU PROJET ET LA COHÉSION DES ACTEURS

- A. Animer la réunion de lancement
- B. Mener l'entretien de délégation
- C. Préparer le plan de communication
- D. Entretenir la motivation des équipiers

LES + DE LA FORMATION

- » Liens entre les grilles de lecture apportées en formation et l'actualité des Participants
- » Expérimentation de la méthode par les Participants sur une situation de changement (en cours ou à venir)
- » Évolution des pratiques collectives

Mieux déléguer et responsabiliser ses collaborateurs

OBJECTIFS

- » Acquérir les techniques nécessaires à une mise en place efficace et responsabilisante de la délégation.
- » Assurer un suivi adapté à la mission déléguée et au collaborateur

Combien de temps ?

4x2 heures

Prix

400€ HT

Pour qui ?

Managers et encadrants de proximité souhaitant améliorer leur pratique de la délégation pour responsabiliser leurs collaborateurs.

Modalités
pédagogiques

Classe virtuelle.
Travail en groupe.
Études de cas.


NOUS CONSULTER

Pour toute demande,
contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

PROGRAMME

1. LES ENJEUX DE LA DÉLÉGATION : CE QUE RÉVÈLE LE TÉLÉTRAVAIL

- A. Définir le cadre de la délégation
- B. Les objectifs, les freins et les motivations des différentes parties
- C. Réaliser le diagnostic de sa pratique de la délégation

2. LA PRÉPARATION D'UNE DÉLÉGATION

- A. Définir son aire de délégation
- B. Les objectifs, les freins et les motivations des différentes parties
- C. Réaliser le diagnostic de sa pratique de la délégation

3. RÉUSSIR L'ENTRETIEN DE DÉLÉGATION

- A. Les lois de la communication pour réussir l'entretien
- B. Présenter et expliquer la délégation
- C. Cadrer la mission et définir les objectifs
- D. Négocier les moyens la mesure des performances et le suivi
- E. La contractualisation de la délégation

4. CONTRÔLER ET ACCOMPAGNER LA DÉLÉGATION

- A. Le suivi des dates et des objectifs
- B. Développer l'autonomie et la compétence du collaborateur
- C. L'analyse a posteriori : le debriefing
- D. La valorisation de l'expérience

LES + DE LA FORMATION

- » La pédagogie s'appuie sur la méthode active : les exercices d'entraînements alternent avec les exposés de manière à faciliter la compréhension, la mémorisation et l'intégration des notions abordées.
- » Chaque participant réalise son auto-positionnement afin de faire le point sur sa pratique de la délégation, ses axes forts et les points de vigilance qu'il pourra particulièrement travailler.

Dynamique de groupe : «Développer vos compétences dans la facilitation collective»

OBJECTIFS

- » Acquérir des outils de facilitation de groupe
- » Développer de nouvelles compétences
- » Améliorer l'efficacité collective

Combien de temps ?

3x2 heures

Prix

600€ HT

Pour qui ?

Tous les managers d'une même organisation afin de partager une boîte à outils commune.

Modalités pédagogiques

Apports théoriques ponctués d'exercices pratiques.
Mises en situation avec implication active des participants.

Pré-requis : Aucun prérequis à l'exception d'une intention de participation active.

Tous les acteurs intervenant auprès d'un collectif doivent interagir avec l'énergie du groupe. Le travail en équipe et la coopération ne sont pas innés, ce sont des compétences qui nécessitent d'être développées puis entretenues.

Il existe des outils qui facilitent la dynamique de groupe. Posséder des grilles de lecture sur la systémie et des méthodes de facilitation permet aux managers de gagner en efficacité lors de leurs interventions.

Au-delà de créer des conditions propices au travail d'équipe, cela favorise aussi le développement des compétences relationnelles et stimule l'intelligence collective. Cette approche encourage l'adhésion, la positivité et la créativité au sein du groupe.

Cette formation s'adresse à l'ensemble des managers déjà en exercice ou en devenir.

PROGRAMME

- 1. COMPRENDRE LA DYNAMIQUE COLLECTIVE**
 - A. Le fonctionnement d'un système relationnel.**
 - B. Les différentes dynamiques de groupe.**
- 2. FACILITER LA DYNAMIQUE COLLECTIVE**
 - A. La réunion avec les rôles délégués.**
 - B. L'intégration d'un nouveau collaborateur dans l'équipe.**
 - C. La coopération au sein de l'équipe.**
 - D. L'évolution du fonctionnement de l'équipe.**
- 3. INTÉGRER LES OUTILS DE FACILITATION DANS SA PRATIQUE PROFESSIONNELLE**
 - A. Evolution de sa posture professionnelle managériale.**

LES + DE LA FORMATION

- » Appropriation en séance des outils d'animation issus du coaching, de la systémie, de la pédagogie positive...
- » Mise en place d'une feuille de route d'évolution des pratiques collectives personnalisée.



Pour toute demande,
contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Vente

- Élaborer, mettre en œuvre et suivre son plan d'action « relance commerciale »
- À la reconquête de vos clients
- Performance commerciale
 - chapitre 1 : Découvrir les besoins
 - chapitre 2 : Argumenter, traiter les objections
 - chapitre 3 : Négocier avec les clients difficiles
- Améliorer la qualité de l'accueil clientèle
- Répondre à un appel d'offre

Élaborer, mettre en œuvre et suivre son plan d'action « relance commerciale »

OBJECTIFS

- » Développer et mettre en œuvre un plan d'action de relance commerciale (diagnostiquer son portefeuille client, adapter sa démarche à chaque segment)
- » Identifier les indicateurs de suivi pour les tableaux de bord
- » Entretien de son réseau relationnel

Combien de temps ?

3 x 2 heures

Prix

500€ HT

Pour qui ?

Direction commerciale et commerciaux.

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Travail en groupe.
Études de cas.
Travail personnel
inter session : analyse de son portefeuille avec les méthodes abordées en cours.

PROGRAMME

1. LE RECUEIL DES DONNÉES ET DÉFINITION DES INDICATEURS

- A. Les conditions de l'analyse du portefeuille client
- B. Quelles informations chercher ?
- C. Où recueillir les informations ?
- D. Loi de Pareto,
- E. Évolution du chiffre d'affaires,
- F. Évolution du nombre de clients,
- G. Évolution du chiffre d'affaires moyen par client,
- H. Performance de la structure en termes de fidélisation des clients existants,
- I. Analyse des nouveaux clients : sur quels types de prestations arrivent-ils ?
- J. Impact démographique sur la relation client,
- K. Taux de cross selling

2. MISE EN ŒUVRE DU PLAN D'ACTION ET SUIVI

- A. « On/off strategy » : choisir et... refuser des clients qui sortent d'un périmètre défini par l'entreprise (en termes de taille, de secteur d'activité ou de rentabilité par exemple)
- B. Plan d'actions par secteur d'activité, par client
- C. Mise en place de « pilotes » ; les tableaux de l'activité commerciale
- D. Portefeuille ; les différents leviers de développement

LES + DE LA FORMATION

- » Pédagogie s'appuyant sur l'expérience des participants et utilisant leurs propres cas concrets.
- » Pédagogie active faisant alterner des réflexions collectives, des apports spécifiques et des applications concrètes.
- » Remise d'un support de stage et d'un « cahier pratique du management commercial ».



Pour toute demande, contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

À la reconquête de vos clients : Faire évoluer vos pratiques commerciales grâce au « Social selling »

OBJECTIFS

- » Maitriser les nouveaux outils de prospection digitale
- » Apprendre à optimiser sa présence sur les réseaux sociaux
- » Connaître les nouvelles attentes de ses clients et prospects
- » Savoir identifier les prospects et les approcher
- » Activité commerciale : savoir s'organiser différemment

Combien de temps ?

6 x 2 heures

Prix

1 000€ HT

Pour qui ?

Commerciaux

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Travail en groupe.
Études de cas.
Travail personnel
inter session : analyse
de ses indicateurs
avec les méthodes
abordées en cours.

Prérequis : PC portable avec connexion WIFI pour chaque participant. Créer votre compte sur LinkedIn et Viadeo (comptes premium recommandés). Créer vos comptes sur Scoop It, Pocket, Hootsuite, Bitly.

PROGRAMME

1. TROIS ATELIERS « ZOOM SUR LES NOUVELLES PRATIQUES COMMERCIALES »

- A. Intégrer les canaux relationnels adaptés aux objectifs de l'entreprise**
- B. Modéliser sa stratégie commerciale**
- C. Connaître les nouvelles règles de la relation d'affaire :
Panorama des nouvelles pratiques**

- Réseaux sociaux
- Création d'événements
- Réseaux professionnels

- D. La collaboration, une approche commerciale créatrice de valeur**
- E. Identifier de nouveaux axes de développement**
- F. Optimiser le cycle relationnel : qualité / satisfaction / fidélisation / achat /
recommandation**

2. TROIS ATELIERS « TRAINING » : APPRÉHENDER LES OUTILS NUMÉRIQUES DE LA PROSPECTION DIGITALE (APRÈS-MIDI)

A. Construire et piloter sa visibilité en vous centrant sur les attentes de vos clients

- Être pertinent « construire sa page, choix de la photo, des mots »
- Construire ses indicateurs en fonction de ses objectifs
- Comment organiser sa présence ?
- Créez votre routine quotidienne de prospection digitale qui travaillera de façon automatique pour vous apporter en continu de nouvelles opportunités ?

B. Adapter sa communication à chaque canal

- Trouver les bonnes personnes : identifier les groupes de vos acheteurs
- Suscitez l'intérêt : créez votre contenu
- E-réputation

LES + DE LA FORMATION

- » Pédagogie s'appuyant sur l'expérience des participants et utilisant leurs propres cas concrets.
- » Pédagogie active faisant alterner des réflexions collectives, des apports spécifiques et des applications concrètes



Pour toute demande,
contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Performance commerciale chapitre 1

Découvrir les besoins

OBJECTIFS

- » Mettre en place une dynamique de découverte des besoins, intégrer toutes les dimensions de l'écoute pour mieux cerner les attentes du client et être performant dans ses propositions.

PROGRAMME

1. MAÎTRISER LES MÉCANISMES DE LA PRISE DE DÉCISION

- A. Reconnaître la personnalité d'acheteur de son client
- B. Reconnaître les mobiles d'achat,
- C. Distinguer besoins implicites et explicites
- D. Analyser et lever les freins à la prise de décision

2. ORGANISER LA DÉCOUVERTE DES BESOINS DU CLIENT

- A. Utiliser les différentes dimensions de l'écoute
- B. Amener son client à s'exprimer
- C. Construire sa méthode de découverte
- D. Approfondir les besoins du client
- E. Découvrir les motivations cachées du client
- F. Maîtriser les différentes étapes du questionnement
- G. Approfondir et éviter les principaux écueils
- H. Établir un diagnostic fiable et complet

LES + DE LA FORMATION

- » Le travail sur des cas concrets proposés par le groupe et les échanges de pratique avec les participants, vecteurs de progression, permettent à chacun d'établir sa stratégie personnelle et de s'entraîner activement.
- » Chaque participant reçoit un livret spécialement conçu reprenant les concepts abordés.
- » Quiz et exercices pour valider l'acquisition des compétences.

Combien de temps ?

3 x 2 heures

Prix

500€ HT le chapitre
1000€ HT les 3 chapitres

Pour qui ?

Commerciaux,
ingénieurs
commerciaux,
et technico-
commerciaux ayant
déjà une expérience
de la vente.

Modalités
pédagogiques

Classe virtuelle.
Travail en groupe.
Études de cas.
Travail intersession
et remise d'un livrable.



NOUS CONSULTER

Pour toute demande,
contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Performance commerciale chapitre 2

Argumenter et traiter les objections.

OBJECTIFS

- » Acquérir des techniques et des outils pour résister dans les situations commerciales difficiles, préserver la relation commerciale et le « gagnant-gagnant » même dans les négociations délicates, les réclamations et les conflits.

Combien de temps ?

4 x 2 heures

Prix

600€ HT le chapitre
1000€ HT les 3 chapitres

Pour qui ?

Commerciaux,
ingénieurs
commerciaux,
et technico-
commerciaux ayant
déjà une expérience
de la vente.

Modalités
pédagogiques

Classe virtuelle.
Travail en groupe.
Études de cas.
Travail intersession
et remise d'un livrable.

PROGRAMME

1. TRAITER EFFICACEMENT LES OBJECTIONS DES CLIENTS

- A. Adapter le traitement selon la phase de la vente
- B. Reconnaître la nature de l'objection
- C. Utiliser les différentes parades
- D. S'approprier la démarche d'analyse et de traitement
- E. Établir une batterie de réponses aux objections récurrentes

2. NÉGOCIER AVEC DES CLIENTS DIFFICILES

- A. Mieux défendre ses propositions et résister à la pression
- B. Développer des stratégies et des comportements gagnants
- C. Obtenir une contrepartie à toute concession
- D. Conclure en négociant des accords profitables

3. FAIRE FACE AUX CRITIQUES ET AUX RÉCLAMATIONS

- A. Analyser les mécanismes du conflit et établir un diagnostic
- B. Maîtriser son émotivité pour mettre en place une stratégie adaptée
- C. Analyser son profil de communication
- D. S'affirmer dans ses relations de travail
- E. Développer les réflexes efficaces en situation de conflits
- F. Réussir à gérer les désaccords avec diplomatie
- G. Définir et travailler sur ses axes de progrès

LES + DE LA FORMATION

- » Chacun développe son aptitude à traiter efficacement les objections de ses clients par un travail sur des cas concrets et des échanges de pratique avec les participants.
- » Chaque participant reçoit un livret de travail qui lui permet de conserver sur un même support la théorie abordée en formation et les apports des travaux et exercices réalisés en groupe.
- » L'entraînement à partir de cas proposés par le groupe amène les participants à partager leurs expériences et à progresser sur des points concrets de leur quotidien professionnel.



Pour toute demande,
contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Performance commerciale chapitre 3

Négociateur avec des clients difficiles

OBJECTIFS

- » Développer la connaissance de soi pour mieux se maîtriser.
- » Appliquer les techniques de résolution de conflits pour obtenir un compromis.
- » Acquérir les réflexes pour réagir aux critiques et gérer son stress.

Combien de temps ?

3 x 2 heures

Prix

400€ HT le chapitre
1000€ HT les 3
chapitres

Pour qui ?

Vendeurs et
commerciaux confirmés
désireux de développer
leur volume de ventes
dans des situations
difficiles et d'en
préserver la rentabilité.

Modalités
pédagogiques

Classe virtuelle.
Travail en groupe.
Études de cas.
Travail intersession
et remise d'un livrable.



PROGRAMME

1. AUTO-DIAGNOSTIC DE SA PERSONNALITÉ

- A. Analyser son mode de fonctionnement dominant
- B. Connaître ses « positions de vie » majoritaires

2. PRÉPARER STRATÉGIQUEMENT LA NÉGOCIATION

- A. Identifier la typologie de son client
- B. Analyser les enjeux de son client
- C. Préparer un plan d'actions
- D. Préparer la communication des aspects « négatifs »

3. NÉGOCIER EN GÉRANT SES ÉMOTIONS

- A. Réagir positivement à une critique
- B. Utiliser les techniques de l'écoute active
- C. Maîtriser ses émotions
- D. Savoir défendre son prix
- E. Se montrer sûr de soi

4. CONCLURE LA NÉGOCIATION

- A. Réagir aux contre-propositions
- B. Savoir dire « Non » et conserver son client
- C. Obtenir un compromis
- D. Sortir des situations d'impasse
- E. Trouver une alternative gagnant/gagnant

LES + DE LA FORMATION

- » Différents exercices et jeux de rôles sont mis en place pour que chaque participant s'entraîne à la négociation en intégrant l'utilisation des techniques appropriées.
- » Chacun développe son aptitude à négocier dans un cadre difficile par un travail sur des cas concrets et des échanges de pratique avec les participants.

Pour toute demande,
contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Améliorer la qualité de l'accueil clientèle

OBJECTIFS

- » Identifier l'importance de la prise en compte des attentes de la clientèle.
- » Acquérir des techniques pour améliorer la qualité de l'accueil et augmenter la performance commerciale de l'entreprise.

Combien de temps ?

2 x 2 heures

Prix

350 € HT

Pour qui ?

Toute personne chargée d'accueillir et de renseigner la clientèle, sur le lieu de vente ou par téléphone.

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Travail en groupe.
Études de cas.
Travail inter session.
Suivi individuel par téléphone et remise d'un livrable.

PROGRAMME

1. ÉVALUER L'IMPACT DE L'ACCUEIL CLIENTÈLE

- A. Les enjeux d'un bon accueil
- B. La connaissance de la clientèle
- C. La fidélisation

2. METTRE EN ŒUVRE LES OUTILS D'OPTIMISATION DE L'ACCUEIL

- A. Sécuriser le client
- B. Les comportements positifs, créer un climat de confiance
- C. L'analyse des attentes du client
- D. L'écoute active
- E. Le questionnement
- F. La communication : verbale et non verbale
- G. Repérer les attentes et traiter les demandes des clients
- H. Savoir prendre congé

3. LES SPÉCIFICITÉS DE L'ACCUEIL TÉLÉPHONIQUE

- A. Le paralangage
- B. La reformulation
- C. Savoir maintenir le contact
- D. Utiliser l'empathie

4. TRAITER LES SITUATIONS DIFFICILES

- A. Accueillir les réclamations
- B. Traiter les objections
- C. Savoir prendre du recul
- D. Rassurer et sécuriser le client

LES + DE LA FORMATION

- » Différents exercices et jeux de rôles sont mis en place pour identifier les causes de dysfonctionnement de l'accueil clientèle et les solutions adaptées.
- » Le travail sur des cas concrets proposés par le groupe et les échanges de pratique avec les participants, vecteurs de progression, permettent à chacun d'établir sa stratégie d'accueil personnelle.



Pour toute demande, contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Répondre à un appel d'offre

OBJECTIFS

- » Connaître les règles des marchés publics
- » Savoir préparer et formaliser une candidature
- » Avoir identifié les partenaires et sous-traitants potentiels pour une réponse complète
- » Savoir définir le juste prix et son besoin de fonds de roulement

Combien de temps ?

4 x 2 heures

Prix

800 € HT

Pour qui ?

Tout salarié amené à répondre aux appels d'offre.

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Travail en sous-groupe suivi d'exposés de synthèse + études de cas + simulation d'entretiens.
Remise d'un livrable.

PROGRAMME

1. CHAMPS D'APPLICATION ET PRINCIPES FONDAMENTAUX

- A. Initiation au code des marchés publics, grands principes
- B. Les différents types de marchés et seuils
- C. Appel d'offres et dématérialisation
- D. La consultation : publicité, médias, règlement, forme, délais...
- E. Le contenu du dossier de réponse
- F. L'examen des offres, l'attribution, la notification du marché
- G. Le contentieux

2. SAVOIR PRÉPARER ET FORMALISER UNE CANDIDATURE

- A. Préparation de la candidature (unique ou groupée)
- B. Le contenu du dossier de réponse (unique ou groupée)
- C. La formalisation et le contrôle du dossier
- D. Le suivi de l'attribution, le contentieux, la notification, le lancement de l'exécution

3. OPTIMISER LE SOURCING

- A. Cartographie de la sous-traitance
- B. Partenariats : mesurer les risques
- C. Outils décisionnels
- D. Indicateurs indispensables à observer
- E. Contractualiser : la nécessaire traçabilité d'un accord

4. MARCHÉS PUBLIC ET RENTABILITÉ

- A. Le bon prix : analyse à 360°
- B. Calcul de marge
- C. Les nouvelles règles du paiement
- D. Travailler avec les marchés publics

LES + DE LA FORMATION

- » Pédagogie s'appuyant sur l'expérience des participants et utilisant leurs propres cas concrets
- » Pédagogie active faisant alterner des réflexions collectives, des apports spécifiques et des applications concrètes



Pour toute demande, contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

RH

- L'entretien d'embauche
- Accueillir et intégrer un nouveau collaborateur
- Droit du travail
- Entretien d'évaluation
et entretien professionnel
- Prévention des Risques Psychosociaux
& management de la Qualité de Vie au Travail
- Les relations sociales dans l'entreprise
- Le rôle des RH dans une démarche RSE
- Réussir la mise en oeuvre de son système
d'information RH (SIRH)
- L'analyse des données RH
- Absentéisme : comprendre et réagir

L'entretien d'embauche

« Vers plus de pragmatisme et de simplicité »

OBJECTIFS

- » Savoir déterminer un profil de poste : missions, responsabilité, profil
- » Maîtriser la Structure d'un entretien de recrutement
- » Construire ses outils

Combien de temps ?

4 x 2 heures

Prix

800€ HT

Pour qui ?

Personne amenée à devoir recruter (opérationnelles ou RH)

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle. Ateliers théoriques et pratiques avec travaux en sous-groupe et training.

PROGRAMME

1. L'ENTRETIEN

A. Mise en place d'outils

- Rédiger un profil de poste selon la méthode « BCAC » Bilan Comportemental Assesment Center

B. Préparer un plan de conduite d'entretien

- Mener une interview
- Présenter et valoriser l'entreprise
- Décrire le poste et le profil
- Construire un outil d'évaluation

C. Adapter son comportement à la situation de recrutement

- Accueillir le candidat et instaurer un climat d'échange
- Mieux écouter pour tout entendre
- Identifier ses propres comportements d'après l'exercice de « Porter »
- Aiguiser sa capacité d'observation
- Donner un Feedback constructif

D. Présenter et valoriser l'entreprise

E. Décrire le poste et le profil

F. Construire un outil d'évaluation

2. METTRE EN PLACE UN SUIVI DE L'INTÉGRATION DU CANDIDAT PENDANT LA PÉRIODE D'ESSAI ET POUR CHAQUE PARTIE PRENANTE

A. Le candidat : le rapport d'étonnement comment quand et pour quoi faire ?

B. Le chef de service : le choix d'un référent, la caisse à outils, la découverte de l'entreprise, la définition de la mission, le bilan avant la fin de la période d'essai, la validation de la candidature.

C. Le recruteur : bilan à 1 semaine, 1 mois, à la fin de la période d'essai.

LES + DE LA FORMATION

- » Pédagogie active faisant alterner des réflexions collectives, des apports spécifiques et des applications concrètes.



Pour toute demande, contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Accueillir et intégrer un nouveau collaborateur

OBJECTIFS

- » Découvrir l'importance de l'intégration des nouveaux collaborateurs et les outils d'accueil et d'intégration existants
- » Découvrir les clefs de la communication interpersonnelle et ses applications
- » Apprendre à mener des entretiens, fixer des objectifs et contrôler leur atteinte

Combien de temps ?

3 x 2 heures

Prix

600€ HT

Pour qui ?

Toute personne amenée à intégrer de nouveaux collaborateurs : manager, directeur, DRH, RRH...

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Travail en sous-groupe suivi d'exposés de synthèse
+ études de cas
Remise d'un livrable



Pour toute demande, contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

PROGRAMME

1. LES ENJEUX DE L'INTÉGRATION

- A. Pourquoi un processus d'intégration ?
- B. Place de l'intégration dans la politique RH
- C. Le rôle clef du manager et du tuteur dans l'intégration

2. COMMENT INTÉGRER ?

- A. La qualité de l'accueil
- B. Les attentes du nouveau collaborateur
- C. Les principes de base de l'intégration
- D. L'accompagnement dans la prise de fonction
- E. Le process d'accueil et d'intégration
- F. Les outils d'aide à l'intégration : l'onboarding

3. LES PRINCIPES DE LA COMMUNICATION INTERPERSONNELLE

- A. La communication verbale et non verbale
- B. Les différents canaux de communication
- C. Les règles d'or de la communication efficace

4. LES DIFFÉRENTES FONCTIONS DE L'ÉCOUTE

- A. Ecouter pour découvrir ou mémoriser
- B. Ecouter pour questionner ou répondre
- C. Les différents types de questionnement
- D. La relance et la reformulation

5. LA SPÉCIFICITÉ DE L'ENTRETIEN INDIVIDUEL

- A. Définir l'objectif d'un entretien
- B. Adapter son attitude à son interlocuteur
- C. Savoir recadrer un entretien

6. LES ENTRETIENS D'ACCOMPAGNEMENT DE LA PRISE DE POSTE

- A. Identifier et faire identifier les tâches et les objectifs à atteindre
- B. Définir et annoncer les critères d'évaluation
- C. Adopter une attitude positive lors des évaluations
- D. Communiquer le résultat des évaluations

LES + DE LA FORMATION

- » Pédagogie s'appuyant sur l'expérience des participants et utilisant leurs propres cas concrets
- » Pédagogie active faisant alterner des réflexions collectives, des apports spécifiques et des applications concrètes

Droit du travail : Les fondamentaux

OBJECTIFS

- » L'objectif de ce cursus est de « sécuriser » la relation contractuelle tout au long du parcours du salarié dans l'entreprise. En donnant aux gestionnaires RH et à leur encadrement DE premier niveau les outils, en les aidant à structurer l'organisation de la gestion du personnel, les risques liés à la vie du contrat sont très largement minimisés.
- » L'optimisation de la gestion du personnel par la mise en place et le partage de procédures rédigées à partir de la Convention collective et /ou du Code du travail permet l'acquisition des bons réflexes et donne par leur mise à jour constante l'opportunité aux personnes en charge de cette mission d'être dans une démarche d'amélioration continue

Combien de temps ?

10 x 2 heures
+ travail inter session

Prix

1000€ HT

Pour qui ?

Personnel de la fonction
RH

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Travail en groupe.
Études de cas.
Travail inter session
et remise d'un livrable.

PROGRAMME

À partir des situations propres à l'entreprise et au regard des textes en vigueur, un inventaire le plus exhaustif possible, sera fait sur les sujets suivants :

1. L'ADMINISTRATION DU PERSONNEL

A. Le préalable à l'embauche :

- Les documents obligatoires et recommandés
- Les contrôles obligatoires (salariés étrangers)
- La DPAE en automatique auprès de l'URSSAF

B. La formalisation de la relation contractuelle :

- Le choix d'un contrat entre un CDI, CDD, un stage ou un contrat dit aidé comme apprentissage ou de professionnalisation
- Les sujets à traiter impérativement pour tout type de contrat
- Les notions spécifiques à certains types de contrat

C. Les modifications du contrat de travail :

- Les modifications requérant l'accord du salarié
- Les modifications à la main de l'employeur
- Les suspensions du contrat de travail : les obligations et risques les autres absences du salarié

2. L'EXÉCUTION DU CONTRAT DE TRAVAIL

A. L'obligation d'exécution loyale du contrat de travail et ce, par les des deux parties

B. Les prérogatives de l'employeur

C. Le pouvoir disciplinaire de l'employeur

3. LA CESSATION DU LIEN CONTRACTUEL

A. À l'initiative du salarié

B. À l'initiative de l'employeur

- Pour motif personnel lié au collaborateur
- Pour des raisons économiques
- D'un commun accord

C. Comment sécuriser un départ

- Identifier un potentiel litige pouvant survenir après la rupture du contrat de travail
- Gérer le litige le plus rapidement possible
- Formaliser la fin du litige
- Protocole transactionnel
- Indemnité de conciliation lors de l'audience du bureau de conciliation et d'orientation (après saisine du CPH)



Pour toute demande,
contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Droit du travail : Les fondamentaux

OBJECTIFS

- » L'objectif de ce cursus est de « sécuriser » la relation contractuelle tout au long du parcours du salarié dans l'entreprise. En donnant aux gestionnaires RH et à leur encadrement DE premier niveau les outils, en les aidant à structurer l'organisation de la gestion du personnel, les risques liés à la vie du contrat sont très largement minimisés.
- » L'optimisation de la gestion du personnel par la mise en place et le partage de procédures rédigées à partir de la Convention collective et /ou du Code du travail permet l'acquisition des bons réflexes et donne par leur mise à jour constante l'opportunité aux personnes en charge de cette mission d'être dans une démarche d'amélioration continue

Combien de temps ?

10 x 2 heures
+ travail inter session

Prix

1000€ HT

Pour qui ?

Personnel de la fonction
RH

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Travail en groupe.
Études de cas.
Travail inter session
et remise d'un livrable.

4. LES LITIGES PRUD'HOMAIUX

A. L'identification des causes et solutions envisagées

- Faire un tableau de bord exhaustif
- Provisionner les risques suivre son budget
- Sensibiliser les chefs de service : aider à éviter un nouveau litige
- Préparer les dossiers dès la saisine : mettre en place une stratégie

B. La représentation devant les tribunaux

- Choisir la représentation adéquate
- Lors du BCO
- Lors du BJ
- En départage
- Les renvois
- Le délibéré
- Les recours

LES + DE LA FORMATION

- » Pédagogie active faisant alterner des réflexions collectives, des apports spécifiques et des applications concrètes.



Pour toute demande,
contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Entretien d'évaluation et entretien professionnel

OBJECTIFS

- » Savoir préparer et élaborer un guide pour l'entretien individuel et l'entretien professionnel
- » Acquérir les techniques comportementales en entretien
- » Savoir informer les collaborateurs sur les modalités et les enjeux des entretiens professionnels

Combien de temps ?

5 x 1,5 heures

Prix

600€ HT

Pour qui ?

Directeur, Manager,
Chef d'entreprise

Modalités
pédagogiques

Classe virtuelle.
Travail en groupe.
Études de cas.
Travail inter session.
Construction d'outils
et remise d'un livrable.

Pré requis : être ou avoir été en situation de conduire des entretiens d'évaluation et/ou de développement.

PROGRAMME

1. L'ENTRETIEN D'ÉVALUATION, L'ENTRETIEN PROFESSIONNEL : DE QUOI S'AGIT-IL ? POUR QUELLES FINALITÉS ?

- A. Le cadre réglementaire**
- B. Les enjeux managériaux et de performance**
- C. Les axes d'évolution du secteur et la mise en cohérence des compétences collectives et individuelles.**
- D. L'optimisation de l'employabilité durable et le développement des compétences.**

2. L'ENTRETIEN D'ÉVALUATION, L'ENTRETIEN PROFESSIONNEL : COMMENT ? « LA BOITE À OUTILS »

- A. Les bonnes pratiques**
 - La préparation
 - Le démarrage de l'entretien : informer le collaborateur sur les modalités
 - L'adaptation au niveau d'autonomie du collaborateur
 - La définition d'objectifs de résultats et de développements
 - Le déroulement de l'entretien
 - Le compte rendu d'entretien en temps réel
- B. Les principales techniques d'entretien**
 - Le guide d'entretien
 - La communication en situation d'entretien
 - Les comportements facilitateurs
 - L'écoute, la reformulation, la synthèse
- C. Les situations difficiles**
 - Savoir dire non
 - Éviter le conflit ouvert
 - Répondre aux critiques
 - Faire un feed back négatif
 - Savoir féliciter et reconnaître

LES + DE LA FORMATION

- » Pédagogie active faisant alterner des réflexions collectives, des apports spécifiques et des applications concrètes.



Pour toute demande,
contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Prévention des Risques Psychosociaux & management de la Qualité de Vie au Travail

OBJECTIFS

- » Partager des notions et un vocabulaire commun sur les risques psychosociaux & la qualité de vie au travail
- » Mieux comprendre les enjeux de la prévention
- » Savoir détecter les situations à risque et identifier les leviers de la prévention
- » Faciliter la qualité de vie au travail et accroître la positivité

Combien de temps ?

3 x 2 heures

Prix

600€ HT

Pour qui ?

L'ensemble des managers, tous services confondus et les acteurs clés de la prévention (membres du groupe de travail pluridisciplinaire, membres du CSE, délégués du personnel...).

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle. Apports théoriques ponctués d'exercices pratiques. Mises en situation avec implication active des participants.

Prérequis : Être en poste à des fonctions d'encadrement et/ou d'acteur clé de la prévention.

Dans un contexte d'évolution et de changement permanent où le climat socio-économique devient de plus en plus difficile, les professionnels sont exposés à de nouvelles formes de risques professionnels.

Les Managers ont un rôle prépondérant de par leur proximité et leurs interactions avec les équipes.

Partager des notions et un vocabulaire commun autour de la prévention des risques psychosociaux au sein d'une même organisation afin de les prévenir.

Devenir un facilitateur de la qualité de vie au travail en développant les bonnes pratiques managériales permet d'accroître la positivité au sein du collectif en favorisant le bien-être au travail.

Cette formation s'adresse à l'ensemble des managers et des acteurs clés de la prévention (groupe de travail, membres du CSE, délégués du personnel...) au sein d'une même organisation.

C'est l'évolution collective des pratiques qui permet l'amélioration de la qualité de vie au travail.

PROGRAMME

1. LES ENJEUX DE LA PRÉVENTION

- A. Définir les risques psychosociaux, leurs impacts et le cadre légal.
- B. Évaluer les situations de travail à risques afin de les prévenir.

2. LE DÉVELOPPEMENT DE LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

- A. Adopter les pratiques managériales favorisant la qualité de vie au travail.
- B. Accroître la positivité au sein du collectif.

LES + DE LA FORMATION

- » Pédagogie active faisant alterner des réflexions collectives, des apports spécifiques et des applications concrètes.
- » Des modules animés par des consultants certifiés IPRP
- » Des conseils dédiés



Pour toute demande,
contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Les relations sociales dans l'entreprise

OBJECTIFS

- » Mettre en place un climat social serein et pérenniser des relations sociales constructives :
- » Animant les instances représentatives du personnel
- » Assurant la mise en conformité des obligations.
- » Mettant sous contrôle la négociation collective

Combien de temps ?

5 x 2 heures

Prix

1 000€ HT

Pour qui ?

À toute personne devant tenir une réunion ou participer à un processus de négociation :
RRH directeur d'unité ayant un CSE sur son établissement, responsable opérationnel ayant des représentants dans son unité.

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Ateliers théoriques et pratiques avec travaux en sous-groupe et training.

PROGRAMME

1. CE QUE NOUS APPRENNENT LES TEXTES

Pendant ces séances et afin de gagner en légitimité auprès des Instances en interne et des intervenants extérieurs, il est nécessaire d'apprendre à connaître les interlocuteurs et leurs prérogatives. La connaissance théorique des textes et le fonctionnement des organisations demandent l'acquisition de données théoriques.

A. Le contexte et les acteurs des relations sociales

- Les salariés
- Les élus
- Les délégués syndicaux désignés
- Les organisations syndicales de salariés
- Les organisations patronales
- Les chambres professionnelles
- La DIRECCTE et le Tribunal judiciaire : la nouvelle organisation et ce qui a changé au 1^{er} janvier 2020

B. La représentation du personnel : Comprendre les stratégies adverses avant d'élaborer celle de l'entreprise

- Le CSE
- Les élections du CSE
- La section syndicale et le délégué syndical, le RSS
- Faire fonctionner et animer le CSE
- Mettre à la disposition des représentants du personnel des moyens de fonctionnement
- Les réunions avec le CSE
- Évaluer le climat social et prévenir les tensions
- Identifier les sujets de mécontentement
- Mettre en place des dispositifs d'observation et de veille sociale

C. Les négociations obligatoires

- Cadre juridique de la négociation collective
- Animer et développer la négociation



Pour toute demande,
contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Les relations sociales dans l'entreprise

OBJECTIFS

- » Mettre en place un climat social serein et pérenniser des relations sociales constructives :
- » Animant les instances représentatives du personnel
- » Assurant la mise en conformité des obligations.
- » Mettant sous contrôle la négociation collective

Combien de temps ?

5 x 2 heures

Prix

1 000€ HT

Pour qui ?

À toute personne devant tenir une réunion ou participer à un processus de négociation :
RRH directeur d'unité ayant un CSE sur son établissement, responsable opérationnel ayant des représentants dans son unité.

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle. Ateliers théoriques et pratiques avec travaux en sous-groupe et training.

2. PRATIQUE DES RELATIONS SOCIALES : L'ATELIER

Cette étape sera envisagée au regard des parties prenantes dans l'entreprise et de l'actualité de l'entreprise. Des jeux de rôle, des analyses de situation vécues, seront analysées et permettront de mieux comprendre les leviers et les freins de chacun des intervenants.

A. Construire une relation sur le long terme

- Prendre le temps de connaître les interlocuteurs :
 1. Individuellement
 2. En qualité de représentants d'une OS et des salariés
- Elaborer une stratégie de communication :
 1. Avec le comité de Direction
 2. Avec les opérationnels dont ils dépendent
 3. Savoir répartir les rôles
 4. Savoir dire non
- La situation de crise
 1. Se préparer à la gestion du conflit avant la crise
 2. Connaître les différentes phases du conflit
 3. Identifier les meneurs, les suiveurs
 4. Savoir choisir ses interlocuteurs
 5. Savoir éviter l'escalade en ne lâchant rien
 6. Comment gérer les conflits collectifs sur la longueur
 7. Savoir mettre fin à un conflit

LES + DE LA FORMATION

- » Pédagogie active faisant alterner des réflexions collectives, des apports spécifiques et des applications concrètes.
- » Des modules riches d'exemples concrets immédiatement transférables.



Pour toute demande, contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Le rôle des RH dans une démarche RSE

OBJECTIFS

- » Maîtriser les fondamentaux : vocabulaire et notions clés de la RSE
- » Initier une démarche RSE et en comprendre les enjeux pour les RH
- » S'approprier les outils de pilotage et de communication d'une démarche RSE
- » Mesurer la performance d'une démarche RSE

Combien de temps ?

4 x 2,5 heures

Prix

1 000€ HT

Pour qui ?

RRH, responsable RSE, responsable QSE, responsable de communication interne et, de manière générale, toute personne impliquée dans la mise en place d'une démarche RSE

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle. Méthode active et participative, exemples concrets et travail en groupe. Remise d'un livrable.



Pour toute demande, contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

PROGRAMME

1. IDENTIFIER ET COMPRENDRE LES PRINCIPES DE LA RSE

- A. Le contexte historique
- B. La norme ISO 26000 et les 7 principes de base
- C. L'approche des RH dans les 3 facteurs (environnemental, éco. et social)
- D. Les actions, attentes et enjeux associés
- E. Rappels de vocabulaires

2. EXAMINER LES NORMES ET CERTIFICATIONS D'UNE DÉMARCHE RSE

- A. Histoire et évolution des normes ISO
- B. La part de la RH dans les différents référentiels et normes : ISO9001 (cartographie des processus), ISO14001, OHSAS 18001 / ISO45001, etc.
- C. Les RH et les labels de produits : Bio, PEFC, FSC, écolabel européen, NF...

3. DIAGNOSTIQUER LES CHANGEMENTS RH INDUITS PAR LA RSE

- A. Prendre en charge la stratégie intégrant la RSE dans le processus RH
- B. Agir sur les sphères d'influence
- C. Former et sensibiliser tout le personnel à la RSE
- D. Répondre aux questions RH : compétences, formation, communication, éthique, handicap, relations sociales, juridique...

4. ENGAGER TOUTE L'ENTREPRISE ET COMMUNIQUER SUR UNE DÉMARCHE RSE

- A. Les enjeux de la communication interne et externe
- B. La communication institutionnelle

5. COMPRENDRE LA LOGIQUE DU REPORTING COMMUN AUX RH ET À LA RSE

- A. Les bases du reporting RSE
- B. Se référer aux textes clés
- C. Définir les obligations
- D. Choisir les indicateurs pertinents
- E. Créer un processus de remontée de données

LES + DE LA FORMATION

- » Illustration par de nombreux exemples et meilleures pratiques de démarches RSE en entreprise
- » Élaboration d'un cas concret basé sur l'activité des apprenants

Réussir la mise en oeuvre de son système d'information RH (SIRH)

OBJECTIFS

- » Identifier les outils du SIRH
- » Évaluer l'opportunité, les enjeux, la portée d'un projet de SIRH
- » Organiser le SIRH au travers des modèles in House/SaaS, CSP et l'externalisation
- » Réussir son appel d'offre et son projet SIRH

Combien de temps ?

7 x 2 heures

Prix

1 200€ HT

Pour qui ?

Responsables RH/paie, responsables développement RH/formation/ gestion des carrières, DRH, chefs de projet SIRH et tout acteur chargé de mettre en oeuvre un SIRH

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle. Études de cas, brainstorming, échanges d'expériences. Remise d'un livrable.



Pour toute demande, contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

PROGRAMME

1. ANALYSER SON BESOIN

- A. Les motivations d'un projet SIRH ; cadrage stratégique, technique, métier...
- B. Typologie de projets et dispositifs d'un projet SIRH
- C. Lancer une étude de cadrage

2. IDENTIFIER L'OFFRE DU MARCHÉ, APPROCHE STRATÉGIQUE DU SIRH

- A. Focus : qu'est-ce qu'un SIRH ?
- B. L'organisation du marché ; les éditeurs, intégrateurs et conseils
- C. La stratégie des acteurs

3. DÉCOUVRIR L'ENSEMBLE DES POSSIBILITÉS DU SIRH

- A. Fonctionnalités et Processus RH : gestion des temps, gestion administrative, Core RH, paie, formation, recrutement, carrières, rémunérations, RSE...
- B. Tendances RH et modèles : internalisé, externalisé (service), BPO (technologique & service), SaaS (technologique), CSP...

4. LANCER SON PROJET SIRH

- A. Définir les objectifs, les budgets, décrire les périmètres, spécifier les rôles des acteurs
- B. Prendre en compte les particularités d'un projet SIRH : visibilité, légalité, et transversalité
- C. Gérer son appel d'offres, du cahier des charges au choix de la solution et du prestataire

5. CONDUIRE SON PROJET SIRH

- A. Identifier les étapes clés de la mise en oeuvre : analyse, reprise des données, conception et recette
- B. La conduite du changement : adopter la bonne démarche

LES + DE LA FORMATION

- » L'étude d'un projet d'implantation d'un SIRH et la présentation opérationnelle des différents modules du SIRH
- » Une boîte à outils de documents modèles

L'analyse des données RH

Un outil de pilotage de la performance

OBJECTIFS

- » Comprendre la démarche analytique RH pour exploiter sa valeur ajoutée
- » Définir ses indicateurs de performance RH
- » Maîtriser l'analyse des données chiffrées pour anticiper les défis RH
- » Justifier ses décisions, passer de données brutes à l'intelligence de la décision

Combien de temps ?

5 x 2 heures

Prix

1 000€ HT

Pour qui ?

Tout collaborateur RH expérimenté souhaitant progresser dans l'analyse de données afin de mieux comprendre l'absentéisme, le désengagement, le turnover...

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Mises en pratique à partir d'études de cas
+ Analyse des causes de l'absentéisme
+ Benchmarks sociaux.
Remise d'un livrable.



Pour toute demande, contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

PROGRAMME

1. ANALYTIQUE RH, DE QUOI PARLE-T-ON ?

- A. Analyse quantitative VS Analyse qualitative
- B. Big Data, Business Intelligence et Analytique RH : quelles différences ?
- C. Pilotage RH VS Décisionnel RH
- D. Les questions auxquelles l'analytique RH peut répondre
- E. Valeur ajoutée de l'analytique RH

- Étude de cas : objectivation de la mobilité interne

2. LES ENJEUX DE L'ANALYTIQUE RH

- A. La connaissance du capital humain
- B. Outiller la prise de décision
- C. La performance économique et sociale
- D. Le DRH Business Partner

- Étude de cas : analyse de la structure des âges

3. COMPRENDRE LA DÉMARCHE ANALYTIQUE RH

- A. Vérifier la qualité des données à exploiter
- B. Choisir les (bons) outils d'analyse
- C. Stimuler une démarche participative
- D. Interpréter les indicateurs sans se tromper
- E. Les réflexes à adopter et les pièges à éviter
- F. Communiquer et convaincre

- Étude de cas : projet de prévention de l'absentéisme

LES + DE LA FORMATION

- » Un intervenant auditeur, expert de l'analytique RH
- » L'appropriation de la démarche analytique (méthodologie, automatismes en lien avec l'analyse de données RH)
- » L'animation est rythmée d'apports théoriques, d'exemples concrets, de retours d'expérience et d'études de cas qui permettront une mise en pratique rapide des acquis.
- » Utilisation de supports vidéos en soutien de la démarche pédagogique.
- » Mise à disposition de guides méthodologiques.

Absentéisme : comprendre et réagir

OBJECTIFS

- » Construire et analyser des cartographies absentéisme
- » Construire les principaux indicateurs concernant l'absentéisme
- » Conduire un projet de prévention de l'absentéisme

Combien de temps ?

3 x 2 heures

Prix

600€ HT

Pour qui ?

DRH, RRH, Chargés d'étude RH, Contrôleurs de gestion sociale, Risk managers, chargés de prévention...

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Exercices pratiques
étude de cas.
Remise d'un livrable



Pour toute demande,
contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

PROGRAMME

1. CONSTRUIRE DES BASES SOLIDES

A. Les différents absentéismes (compressible, incompressible, structurel...)

2. COMPRENDRE LES INDICATEURS DE L'ABSENTÉISME

A. Les principaux indicateurs (gravité, taux, fréquence...)

B. La fausse simplicité des indicateurs

3. PRODUIRE DES INDICATEURS UTILES

A. Vérifier la qualité des données utilisées

B. Les principaux indicateurs (gravité, taux, fréquence, etc.)

C. L'importance des indicateurs décisionnels»

D. Les erreurs (statistiques) à éviter (biais de mesure, corrélation / causalité...)

4. ANALYSER LES CAUSES DE L'ABSENTÉISME

A. L'apport de la démographie du travail

B. Segmenter les analyses

5. CONSTRUIRE ET CONDUIRE UN PLAN DE PRÉVENTION

A. L'utilité de la démarche participative

B. Les acteurs clés de la prévention

LES + DE LA FORMATION

- » Un intervenant auditeur, expert de la prévention de l'absentéisme
- » Une approche scientifique et ludo-pédagogique, vulgarisant les meilleurs référentiels par une pédagogie stimulante et collaborative utilisant l'étude de cas
- » Principe de la dynamique de groupe avec alternance d'apports théoriques, de phases de réflexion et de confrontation d'expériences
- » Le formateur est attentif à ce que chaque participant s'approprie méthodes et outils
- » Utilisation de supports vidéos en soutien de la démarche pédagogique
- » Mise à disposition de guides méthodologiques

Direction

- Définir et piloter les orientations stratégiques de son entreprise pour en assurer le rebond
- La Gestion des Risques à l'heure de la COVID 19
- Préserver la santé mentale de ses salariés
- Finance et diagnostic financier
- Optimiser sa relation avec sa banque
- Développer une stratégie marketing
- Analyser son coût de revient et définir son prix de vente

Définir et piloter les orientations stratégiques de son entreprise pour en assurer le rebond

OBJECTIFS

- » Acquérir les méthodes et outils d'analyse
- » Analyser et anticiper les évolutions de l'environnement externe post crise
- » Utiliser les matrices d'analyse stratégique

Combien de temps ?

5 x 2 heures + ateliers dédiés aux dirigeants d'entités du secteur des industries graphiques

Prix

1 500€ HT

Pour qui ?

Direction d'entreprise, managers.

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Travail en groupe.
Études de cas.
Travail inter session.
Construction d'outils et remise d'un livrable.

Pré requis : être amené à mettre en place une stratégie de rebond

PROGRAMME

- 1. COMPRENDRE UNE ENTREPRISE : LA BOITE À OUTILS**
 - A. Réflexion générale sur l'entreprise et ses fondamentaux
 - B. Comprendre l'entreprise, l'aventure humaine
 - C. Analyser une entreprise : objectifs et moyens
 - D. Les outils d'analyse : catégories et types
 - E. Le dossier de présentation et la synthèse
- 2. ATELIERS OUTILS : OUTILS D'ANALYSE STRATÉGIQUE AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT**
 - A. Les matrices : définition et lien avec les objectifs
 - B. Les différentes matrices : étude, analyse et mise en place
 - C. Les choix stratégiques : contexte interne et valeurs humaines
 - D. Leur matérialisation et déclinaison en objectifs et moyens
 - E. La boîte à outils et sa mise en application dans le temps
- 3. L'ENTREPRISE : ENTITÉ VIVANTE**
 - A. L'environnement de l'entreprise : contours et définition
 - B. L'environnement de l'entreprise : positionnement, opportunités et menaces etc...
 - C. Les choix stratégiques : contexte interne et valeurs humaines
 - D. Leur matérialisation et déclinaison en objectifs et moyens
 - E. Les outils à utiliser : présentation de l'e-bibliothèque
- 4. COMMUNIQUER SUR SA STRATÉGIE**
 - A. Savoir communiquer en interne et externe
 - B. Savoir mobiliser pour mettre en place une stratégie



Pour toute demande, contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Définir et piloter les orientations stratégiques de son entreprise pour en assurer le rebond

OBJECTIFS

- » Acquérir les méthodes et outils d'analyse
- » Analyser et anticiper les évolutions de l'environnement externe post crise
- » Utiliser les matrices d'analyse stratégique

Combien de temps ?

5 x 2 heures + ateliers dédiés aux dirigeants d'entités du secteur des industries graphiques

Prix

1 500€ HT

Pour qui ?

Direction d'entreprise, managers.

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Travail en groupe.
Études de cas.
Travail inter session.
Construction d'outils et remise d'un livrable.

5. ATELIERS OPTIONNELS : ACTEURS DES ARTS GRAPHIQUES 3 x 1,5 HEURE

A. Réflexion collaborative autour de thématiques liées à la transformation des processus métiers, l'impact du digital sur les organisations de travail et les différentes fonctions de l'entreprise, des stratégies à élaborer.

B. Les domaines Dématérialisation et automatisation des processus métiers

- Transformation digitale de l'entreprise, impact sur les métiers, les secteurs
- Élections Professionnelles et nouvelles technologies
- Pilotage de la stratégie d'achat des supports imprimés,
- Communication et Marketing Direct.

LES + DE LA FORMATION

- » Cycle dédié aux dirigeants et managers du secteur « industries graphiques » permettant un échange entre pairs.
- » Pédagogie s'appuyant sur l'expérience des participants et utilisant leurs propres cas concrets.
- » Pédagogie active faisant alterner des réflexions collectives, des apports spécifiques et des applications concrètes.



Pour toute demande,
contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

La Gestion des Risques à l'heure de la COVID 19

OBJECTIFS

- » Maîtriser l'analyse et la gestion des risques face aux contraintes et priorités
- » Connaitre la(es) méthodologie(s) de l'analyse des risques
- » Mieux appréhender les processus et le management du risques
- » Mettre en place et réaliser le suivi du plan d'action
- » Risques et continuité d'activité pendant des épidémies / pandémies

Combien de temps ?

4 x 2 heures

Prix

400€ HT

Pour qui ?

Direction d'entreprise, managers.

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Fond documentaire en ligne à disposition des apprenants.
Possibilité de suivi individualisé (plan d'accompagnement entreprise – nous consulter)



Pour toute demande, contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

PROGRAMME

1. LE POINT SUR...

- A. Définition du Management du Risque
- B. Historique du Management du Risque
- C. Les normes, réglementations et bonnes pratiques
- D. Ce que nous dit la loi

2. LE CYCLE DU MANAGEMENT DU RISQUE

- A. La lutte des entreprises face à cette crise sanitaire
- B. Définir le domaine d'application
- C. Contexte interne et externe
- D. Établir les objectifs et les cibles
- E. Apprécier les risques, les identifier, les analyser et les évaluer

3. LE TRAITEMENT DU RISQUE AVEC UNE PLUS GRANDE AGILITÉ

- A. Élaboration des options de traitement des risques
- B. Élaboration et mise en œuvre des plans de traitement des risques

4. LE SUIVI ET LA REVUE DU RISQUES

- A. Articulation du plan d'action GDR autour des ressources essentielles à la poursuite des activités prioritaires
- B. Planification
- C. Le recueil et l'analyse des informations
- D. L'enregistrement des résultats
- E. Retour d'information

5. RAPPORT ET ENREGISTREMENT

- A. Communication
- B. Fourniture des informations en vue de la prise de décisions
- C. Amélioration des activités de management du risque
- D. Faciliter l'interaction avec les parties prenantes
- E. Plan d'action post COVID19

LES + DE LA FORMATION

- » Formation basée sur la pratique avec des études de cas et des exemples concrets
- » Pédagogie basée sur les techniques modernes d'acquisition des compétences

Préserver la santé mentale de ses salariés

OBJECTIFS

- » Comprendre les enjeux de la santé au travail.
- » Savoir détecter les RPS pour agir au quotidien.

Combien de temps ?

3x1,5 heure + 2x30 mn d'accompagnement individuel par téléphone

Prix

700€ HT

Pour qui ?

DRH, managers, responsables QHSE

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Méthode Active et expérientielle : confrontation avec la réalité des pratiques professionnelles des participants, analyse de situations réelles de travail.
Méthode Affirmative démonstrative : explication + démonstration aux participants.



Pour toute demande, contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

PROGRAMME

1. LES ENJEUX HUMAINS, ÉCONOMIQUES ET JURIDIQUES.

- A. Les obligations de l'employeur, la responsabilité du manager.
- B. Les RPS en quelques chiffres.
- C. Le cas spécifique de la crise sanitaire

2. LES FACTEURS DE RISQUE DE SOUFFRANCE AU TRAVAIL

- A. Facteurs de risques professionnels : les facteurs de risque psychosociaux
- B. Facteurs de risque de vulnérabilité individuelle.
- C. En quoi le travail est-il facteur déclenchant ou renforçant d'un trouble psychique, ou à l'inverse facteur stabilisant le trouble ?

3. D. LA SOUFFRANCE PSYCHIQUE

- A. Comment se construit la souffrance au travail.
- B. La réaction individuelle au stress.
- C. Les complications : troubles anxieux, dépression, épuisement professionnel...
- D. Les comportements inadaptés en situation de travail : violence, colère, repli sur soi, alcool...
- E. Dépression, risque suicidaire, burnout.

4. VERS UN MANAGEMENT INDIVIDUEL ET COLLECTIF ADAPTÉ

- A. Les étapes d'une démarche de prévention
- B. Le bien-être au travail comme levier de motivation et de performance
- C. Identifier les personnes ressources et leur rôle.
- D. Situations à risques : différentes stratégies d'intervention.
- E. Adopter une posture « juste » face aux situations concrètes difficiles

5. TÉLÉTRAVAIL : 4 CLÉS POUR PRÉSERVER VOS SALARIÉS

- A. L'ergonomie du poste, quel accompagnement ?
- B. Mieux communiquer pour ne pas risquer l'isolement
- C. Du droit au devoir de déconnection
- D. La boîte à outils pour rythmer et organiser le travail à distance

LES + DE LA FORMATION

- » Le cadre juridique posé, la formation et les outils présentés vous permettront de conseiller votre entreprise et des salariés dans la prévention et prise en charge de la souffrance psychique.

Finance et diagnostic financier

OBJECTIFS

- » Appréhender la lecture du bilan et du compte de résultat
- » Optimiser l'analyse
- » Utiliser les différents ratios SIG
- » Evaluer les équilibres financiers haut et bas de bilan
- » Diagnostiquer sa situation selon une démarche structurée
- » Identifier les leviers d'actions opérationnels

Combien de temps ?

3 x 3 heures

Prix

1 500€ HT

Pour qui ?

Toute personne en charge ou lien avec une gestion comptable : chef d'entreprise, directeur, comptable, assistant comptable...

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Utilisation de supports et cas concrets + projection de bilans, compte de résultats et outils bureautique + exercices sur supports écrits.
Remise d'un livrable.



PROGRAMME

1. LECTURE DES DOCUMENTS COMPTABLES : LES GRANDS PRINCIPES

- A. Initiation à la comptabilité générale
- B. Le bilan et le compte de résultats
- C. Synthèse de l'analyse
- D. Améliorer la synthèse et l'analyse bilancielle
- E. Les principaux retraitements du bilan

2. DIAGNOSTIQUER : POURQUOI ?

- A. Buts de l'analyse et du diagnostic
- B. La présentation et le reporting
- C. Les résultats de l'analyse et les modes d'action

3. POSER UN DIAGNOSTIC EFFICACE : OUTILS ET CLÉS DE LECTURE

- A. Les ratios SIG : liste et définition
- B. Les différents types de calcul
- C. La présentation sous forme de tableau analytique et comparatif
- D. Les grandes masses : composition et signification
- E. Les ratios d'analyse entre actif et passif

4. IDENTIFIER LES LEVIERS D'ACTIONS OPÉRATIONNELS

- A. Les leviers opérationnels : définition
- B. Leur utilisation et leur résultat
- C. Mise en application : mesurer les délais et anticiper leur retour

5. LES SIGNAUX D'ALERTE ET L'ENTREPRISE EN DIFFICULTÉ

- A. Connaître et analyser les signaux d'alerte
- B. Anticiper une situation de crise, la psychologie de la difficulté
- C. Savoir gérer une situation financière dégradée
- D. Les leviers d'action : moyens et outils
- E. Information sur les outils et mesures juridiques et légales : médiateur du crédit, mesures de sauvegarde et procédures collectives
- F. La culture de l'échec

LES + DE LA FORMATION

- » Pédagogie s'appuyant sur l'expérience des participants et utilisant leurs propres cas concrets
- » Pédagogie active faisant alterner des réflexions collectives, des apports spécifiques et des applications concrètes

Pour toute demande, contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Optimiser sa relation avec sa banque

OBJECTIFS

- » Maitriser les mécanismes de gestion de trésorerie
- » Appréhender sa situation de trésorerie et savoir établir un plan
- » Connaître les financements à court terme
- » Savoir étayer et argumenter une demande auprès de sa banque

Combien de temps ?

3 x 2 heures

Prix

800€ HT

Pour qui ?

Toute personne amenée à entretenir une relation avec une banque dans un cadre professionnel : chef d'entreprise, directeur, comptable...

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Tableaux, cas et vidéos + exercices informatiques
+ construction de tableaux de suivi
+ participation éventuelle d'un intervenant bancaire.
Remise d'un livrable.



Pour toute demande, contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

PROGRAMME

1. FOCUS SUR LES FONDAMENTAUX FINANCIERS

- A. Notions générales de gestion
- B. Les flux de trésorerie : nature, origine et présentation
- C. La gestion des flux : besoins et ressources
- D. Les différents ratios et leur analyse

2. TRÉSORERIE : FAIRE UN ÉTAT DES LIEUX

- A. La gestion raisonnable : notions générales
- B. Mettre en place des outils de suivi : outils informatiques
- C. Apprendre à anticiper

3. LES CLÉS DE LA MAITRISE DE LA TRÉSORERIE

- A. Analyser ses besoins
- B. Les différents moyens de paiement : caractéristiques et délais
- C. Maitriser les flux entrants et sortants : règlements clients et fournisseurs, la gestion des délais
- D. Les outils de gestion informatisés
- E. Les tableaux de bord et le reporting

4. FINANCEMENTS : LES LEVIERS À APPRÉHENDER

- A. Les sources de financement de l'entreprise : notions générales
- B. Les ressources internes et externes
- C. Les organismes financiers
- D. Les types et modalités de financement

5. LE RAPPORT AVEC SA BANQUE : COMMUNIQUER AUTREMENT

- A. La relation bancaire : les intervenants et leur psychologie
- B. L'univers financier actuel
- C. Établir son besoin et préparer une stratégie
- D. Réaliser un dossier de présentation : fiches techniques, prévisionnel...
- E. Savoir communiquer : présenter sa demande et argumenter
- F. Gérer la réponse et anticiper un éventuel refus

LES + DE LA FORMATION

- » Pédagogie s'appuyant sur l'expérience des participants et utilisant leurs propres cas concrets
- » Pédagogie active faisant alterner des réflexions collectives, des apports spécifiques et des applications concrètes

Développer une stratégie marketing

OBJECTIFS

- » Connaître les évolutions récentes en stratégie marketing
- » Maîtriser le diagnostic marketing
- » Définir une stratégie marketing en fonction d'une stratégie d'entreprise
- » Mettre en place un plan marketing opérationnel

Combien de temps ?

3 x 2 heures en classe virtuelle
+ 2 x 2 heures en individuel à distance

Prix

1 500€ HT

Pour qui ?

Directeur ou responsable commercial, marketing, communication...

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Partage de plans, analyse de cas et quizz
Remise d'un livrable

Pré-requis : être amené à élaborer une stratégie marketing.

PROGRAMME

1. PANORAMA DE LA STRATÉGIE MARKETING

- A. Le marketing : définition et objectifs
- B. Le marketing, base de la fonction vente : marketing stratégique et opérationnel
- C. Son évolution et les différentes écoles
- D. Les dernières évolutions : street marketing, marketing des couleurs, marketing viral, inbound marketing...

2. MARKETING : LE DIAG

- A. Les méthodes
- B. Les outils d'analyse : logiciels et autres
- C. Le diagnostic : un véritable outil de gestion
- D. Le questionnaire clientèle et son traitement
- E. Les conclusions du diagnostic et les choix stratégiques.

3. STRATÉGIE MARKETING ET COHÉRENCE D'ENTREPRISE

- A. La stratégie d'entreprise : définition et organisation
- B. La stratégie d'entreprise : objectifs, moyens et mise en place
- C. La stratégie marketing : déclinaison de la stratégie générale, liens avec la direction de l'entreprise
- D. Les objectifs et les moyens : humains et techniques
- E. Le budget et le planning
- F. L'application et le reporting.

4. LE PMO : PLAN MARKETING OPÉRATIONNEL

- A. Le marché de l'entreprise : étude de marché,
- B. Sa segmentation et les opportunités,
- C. Les choix de supports marketing
- D. Leur mise en application concrète
- E. La mise en place du planning et le suivi
- F. Le ROI.

LES + DE LA FORMATION

- » La préparation d'une étude de cas rencontrée en entreprise en utilisant le SWOT
- » Pédagogie s'appuyant sur l'expérience des participants et utilisant leurs propres cas
- » Pédagogie active faisant alterner des réflexions collectives, des apports spécifiques et des applications concrètes



Pour toute demande, contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Analyser son coût de revient et définir son prix de vente

OBJECTIFS

- » Connaître les fondamentaux de la comptabilité analytique
- » Identifier les différents types de coûts
- » Savoir calculer un prix de revient en intégrant tous les paramètres
- » Définir un seuil de rentabilité par typologie produit et service
- » Savoir calculer une marge

Combien de temps ?

3 x 3 heures

Prix

1 000€ HT

Pour qui ?

Tout type de fonction commerciale amenée à élaborer des prix de vente : directeur commercial, chef d'entreprise, ingénieur d'affaires...

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Partage de tableaux, cas et vidéos + Exercices sur ordinateur (à apporter) + Construction d'outils « in situ » + Quizz
Remise d'un livrable



Pour toute demande, contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

PROGRAMME

1. LES PILIERS DE LA COMPTABILITÉ ANALYTIQUE

- A. Notions fondamentales de comptabilité
- B. Différence entre comptabilité générale et analytique
- C. La comptabilité analytique : outil de gestion
- D. Présentation de la comptabilité analytique
- E. Les outils : tableaux, outils informatiques

2. LECTURE D'UN COMPTE D'EXPLOITATION : LES DIFFÉRENTS TYPES DE COÛTS

- A. Notions générales sur le fonctionnement de l'entreprise
- B. Les différents types de coûts et leur traduction en chiffres
- C. Apprendre à gérer un coût : notions d'achats et d'optimisation

3. MESURER LES DIFFÉRENTS IMPACTS D'UNE ACTIVITÉ SUR LE PRIX DE REVIENT

- A. Calcul d'un prix de revient : apprendre à intégrer tous les paramètres
- B. Intégration de variables
- C. Utilisation de l'outil informatique
- D. Les contrôles « à priori » et leur validation « à posteriori »
- E. Validation des coûts en benchmarking.

4. LES RÈGLES D'OR DU PRÉCIEUX « POINT MORT »

- A. Définition de la rentabilité
- B. Analyse du seuil
- C. Variations et calcul d'impact

5. MARGE ET PRIX DE VENTE

- A. La notion de marge en lien avec la rentabilité
- B. Les différents types de marge : brute, variable...
- C. Le lien avec le compte de résultat et les SIG
- D. Fixer un prix de vente :
- Les approches tarifaires : les différents types de prix (comptable, analytique, psychologique, optimisé...)
- Projection chiffrée : anticiper le chiffre d'affaires
- Lien avec le marketing et les résultats de l'étude de marché

LES + DE LA FORMATION

- » Pédagogie s'appuyant sur l'expérience des participants et utilisant leurs propres cas concrets
- » Pédagogie active faisant alterner des réflexions collectives, des apports spécifiques et des applications concrètes

Développement personnel et communication

- Organiser son temps en télétravail
- Gérer son stress : pour gagner en efficacité et en bien-être
- Gérer les conflits
- Affirmer son leadership
- Marketing de soi & Personal Branding
- Devenir force de proposition
- Mieux communiquer avec son équipe et sa hiérarchie
- Prendre la parole en public
- Intégrer les clés de la communication

Organiser son temps en télétravail

OBJECTIFS

- » Analyser sa relation au temps, acquérir des outils et des méthodes de gestion du temps afin de les mettre en œuvre dans son quotidien en télétravail
- » Définir des objectifs pour améliorer son efficacité, apprendre à dire « non ».

Combien de temps ?

3x2 heures

Prix

400€ HT

Pour qui ?

Toute personne ayant à transférer son activité en mode « télétravail ».

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Travail en groupe.
Études de cas.
Travail inter session.
Construction d'outils et remise d'un livrable.

PROGRAMME

1. ANALYSER SON RAPPORT AU TEMPS

- A. Identifier les différentes causes de perte de temps
- B. Gérer son temps en fonction de sa personnalité
- C. Analyser le facteur « stress » dans la gestion du temps
- D. Tenir compte des particularités du travail à distance

2. RÉACTUALISER SES HABITUDES DE TRAVAIL

- A. Repérer les activités « chronophages »
- B. Hiérarchiser les priorités
- C. Mettre les outils au service de son organisation
- D. Planifier les différentes étapes de réalisation
- E. Apprendre à « perdre » du temps pour en gagner

3. GÉRER DIFFÉREMMENT SES RELATIONS PROFESSIONNELLES

- A. Être disponible aux autres et à soi même
- B. Gérer les demandes
- C. Savoir s'affirmer et oser dire « non »
- D. Déléguer efficacement
- E. Optimiser l'information et les moyens de communication

4. DÉFINIR SON PLAN D'ACTION PERSONNEL

- A. Analyser ses points forts et ses axes de progrès
- B. Identifier les ressorts menant à une gestion du temps peu satisfaisante
- C. Définir ses priorités d'action

LES + DE LA FORMATION

- » Chaque participant se positionne par rapport à son type de gestion du temps et fait un point sur son degré de stress face à certaines situations.
- » La méthode active utilisée permet à chaque participant de découvrir de nouvelles techniques d'organisation, d'échanger sur ses pratiques avec le groupe et de choisir celles qui correspondent à sa personnalité et à son activité.



Pour toute demande, contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Gérer son stress : pour gagner en efficacité et en bien-être

OBJECTIFS

- » Prendre conscience de ses « stressseurs » et de ses réactions face au stress
- » Découvrir les mécanismes du stress
- » Identifier et développer de nouvelles capacités pour agir durablement sur son stress
- » Faire de son stress une source de développement

Maintenir un équilibre satisfaisant dans un environnement qui nous sollicite de plus en plus devient une nécessité pour garder confiance, rester efficace et maintenir une bonne qualité relationnelle. Gérer son stress c'est d'abord reconnaître et identifier les facteurs et situations générateurs de pression.

C'est ensuite comprendre les mécanismes qui amènent le stress. C'est enfin développer de nouvelles capacités et aptitudes pour canaliser son stress durablement au niveau intellectuel, émotionnel et comportemental.

Cette formation s'adresse à toute personne qui souhaite prendre soin de son équilibre, de sa santé et de son confort en construisant son propre programme de gestion du stress.

PROGRAMME

1. RECONNAÎTRE SES STRESSEURS ET COMPRENDRE SES RÉACTIONS

- A. Identifier ses stressseurs internes et externes.
- B. Repérer ses propres signaux d'alerte aux niveaux physique, comportemental, intellectuel et émotionnel.
- C. Comprendre ses propres modes de fonctionnement face au stress.

2. COMPRENDRE LES MÉCANISMES DU STRESS

- A. Définir le stress et ses différentes dimensions.
- B. Cibler les manifestations du stress et ses impacts.

3. REPÉRER LES « NOUVELLES » CAPACITÉS À DÉVELOPPER POUR AGIR SUR SON STRESS

- A. Prendre conscience de l'interaction des émotions, pensées et comportements afin de mieux les gérer.
- B. Développer son intelligence émotionnelle.
- C. Découvrir des techniques favorisant l'apaisement du stress.
- D. Faire le bilan sur l'équilibre de son corps, ses besoins et les différentes manières d'en prendre soin pour s'armer contre le stress.

4. RÉPONDRE À SES BESOINS POUR DIMINUER LE STRESS

- A. Adapter la gestion de son temps pour mieux répondre à ses besoins.
- B. Concevoir son dispositif anti-stress

LES + DE LA FORMATION

- » L'élaboration de son programme personnel anti-stress.
- » Des exercices pratiques permettant de faire évoluer son rapport au stress et de découvrir des techniques de gestion du stress.
- » 2 bilans personnalisés sur « le stress perçu » et « son équilibre ».

Combien de temps ?

5x2 heures

Prix

1 000€ HT

Pour qui ?

Toute personne souhaitant maîtriser son stress et ses émotions pour gagner en efficacité et bien-être face aux pressions professionnelles.

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle. Apports théoriques ponctués d'exercices pratiques. Mises en situation avec implication active des participants.



Pour toute demande,
contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Gérer des conflits

OBJECTIFS

- » Identifier les sources de problème et comprendre les dynamiques conflictuelles
- » Identifier les solutions de régulation et les leviers
- » Mettre en place les comportements adéquats pour sortir du conflit
- » Mettre en situation des conflits pour en sortir

Combien de temps ?

3 x 2 heures

Prix

600€ HT

Pour qui ?

Responsables technique, responsable commercial, chef d'atelier

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle, par les exercices pratiques, les participants sont amenés à acquérir et travailler des techniques pour renforcer leur créativité.

Pré requis : avoir suivi un module « communication »

PROGRAMME

1. POURQUOI DES CONFLITS, QUEL COMPORTEMENT ADOPTER ?

- A. Les sources du conflit
- B. Du différend à l'affrontement direct
- C. La confusion entre « besoin et solution »
- D. Les conflits idéologiques et les conflits de personnes
- E. Les caractéristiques d'une bonne communication en situation de conflit
- F. L'importance des émotions et de l'image de soi
- G. Les blocages : l'agressivité, l'affectif et le non-dit

2. COMMENT PRÉVENIR OU TRAITER UN CONFLIT ?

- A. Les leviers : de l'écoute à la reconnaissance de l'autre et au feedback
- B. Les processus de coopération
- C. Comparaison des différentes stratégies possibles en fonction de la situation
- D. Les différentes modalités des conflits avec ou sans médiateur
- E. Limitation des risques de conflits au sein d'une équipe : les règles du jeu, les rôles de chacun, la concertation

LES + DE LA FORMATION

- » Les exercices et jeux de rôles proposés permettent de travailler sur les différents niveaux de conflits et sur leur résolution.
- » Le travail sur des cas concrets proposés par le groupe et les échanges de pratique avec les participants, vecteurs de progression, permettent à chacun d'établir sa stratégie d'intervention personnelle.



Pour toute demande, contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Affirmer son leadership

OBJECTIFS

- » Mieux comprendre son style de management, ses forces et ses axes de développement en matière de communication interpersonnelle.
- » Développer son leadership pour créer un climat collaboratif et de confiance.
- » Adapter sa stratégie de communication en fonction des situations, des typologie de personnalités

Combien de temps ?

5 x 2 heures

Prix

1 000€ HT

Pour qui ?

Directeur de service, PDG, Directeur de Ressources Humaines, Manager de proximité, chef d'équipe...

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Apports théoriques,
Travail en sous-groupe suivi d'exposés de synthèse
+ études de cas,
Remise d'un livrable.



Pour toute demande, contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

PROGRAMME

1. DÉVELOPPER SA POSTURE DE LEADERSHIP

- A. Définir les fondamentaux du leadership : ambition, vision et exemplarité
- B. Les différents styles de leadership et les compétences clés associées
- C. Identifier ses forces et ses aspirations naturelles
- D. Charisme, image de soi et impact
- E. Evaluer son contexte pour mieux se positionner
- F. Définir les besoins et les attentes de son équipe

2. COMMUNIQUER EN LEADER AVEC SON ÉQUIPE

- A. Diagnostiquer les compétences de ses collaborateurs et développer les complémentarités
- B. L'art du storytelling
- C. Favoriser la confiance dans les relations, fluidifier les échanges, donner et recevoir des feedbacks
- D. Développer l'écoute active

3. MOTIVER, INSPIRER ET FAIRE ADHÉRER

- A. Identifier les différents leviers de motivation
- B. Susciter l'adhésion autour des objectifs à atteindre
- C. Mobiliser, motiver et engager l'équipe de manière durable
- D. Focus sur le feedback, un élément clé de performance pour son équipe
- E. Pourquoi donner du feedback ? Les enjeux
- Comprendre et faire comprendre les bénéfices de feedbacks réguliers à ses collaborateurs.
- Les différentes typologies de feedbacks
- Les bonnes pratiques et les écueils à éviter

4. ADAPTER SON LEADERSHIP EN FONCTION DES SITUATIONS

- A. Vers un leadership durable : savoirs, savoir-faire et savoir-être
- B. Equilibrer ses postures : entre management et Leadership
- C. Se préparer aux situations difficiles avec son équipe ou d'autres interlocuteurs
- Exercice de mise en situation : L'entretien de recadrage

LES + DE LA FORMATION

- » Le travail sur des cas concrets proposés par le groupe et les échanges de pratique avec les participants, vecteurs de progression, permettent à chacun de prendre conscience de ses atouts et freins personnel à la posture de leader.
- » Chaque participant définit ses axes de progrès pour développer sa confiance en lui.

Marketing de soi & Personal Branding

OBJECTIFS

- » Mieux cerner ses atouts et ses talents pour se différencier et se positionner
- » Renforcer son impact professionnel et gagner en assurance
- » Valoriser ses réalisations et gagner en crédibilité et en impact

Combien de temps ?

5 x 2 heures

Prix

600€ HT

Pour qui ?

Tous les collaborateurs qui souhaitent gagner en impact et en crédibilité, les demandeurs d'emploi cherchant à améliorer la performance de leur présentation.

Modalité
pédagogiques

Classe virtuelle.
Travail en groupe.
Études de cas.

PROGRAMME

1. LES ENJEUX DU PERSONAL BRANDING

- A. Réaliser son autodiagnostic personnel pour se poser les bonnes questions
- B. Diagnostiquer ses atouts et valoriser ses forces, ses valeurs, ses hobbies, ses passions
- C. Identifier ses axes de progression
- D. Se faire connaître : promouvoir son image et sa notoriété

2. ÉLABORER SA STRATÉGIE MARKETING DE DIFFÉRENCIATION

- A. Concrétiser son positionnement : savoir-faire VS faire savoir
- B. Structurer son projet et son offre

3. OPTIMISER SA COMMUNICATION

- A. Optimiser sa communication off-line
 - Faire bonne impression
 - Gagner en assurance et en pouvoir de persuasion
 - Parler de soi : valoriser ses réalisations pitcher votre parcours
 - Cas pratique
- B. Optimiser sa communication online
 - Développer votre présence sur les réseaux sociaux
 - Gérer votre identité numérique
 - Cas pratique

LES + DE LA FORMATION

- » Pédagogie s'appuyant sur l'expérience des participants et utilisant leurs propres cas concrets.
- » Pédagogie active faisant alterner des réflexions collectives, des apports spécifiques et des applications concrètes.



Pour toute demande,
contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Devenir force de proposition

OBJECTIFS

- » Développer ses capacités personnelles à imaginer et créer des solutions ou des process.
- » Apprendre à proposer et devenir moteur de changement.

PROGRAMME

- 1. LES PRINCIPES DE BASE DE LA CRÉATIVITÉ**
 - A. Le cheminement créatif
 - B. Les techniques de stimulation de l'imagination
 - C. Les freins et les rejets
- 2. DÉVELOPPER SON POTENTIEL CRÉATIF**
 - A. Lever ses inhibitions
 - B. Découvrir ses obstacles au changement
 - C. Développer fluidité, flexibilité, originalité synthèse
 - D. Faire du benchmarking en interne ou en externe
- 3. CONSTRUIRE ET PROPOSER DES SOLUTIONS INNOVANTES**
 - A. Discerner les cibles de sa réflexion
 - B. Définir un objectif réaliste et opportun
 - C. Produire des idées et les confronter à la réalité
 - D. Evaluer les solutions et les sélectionner
- 4. AFFIRMER SA PROACTIVITÉ EN ENTREPRISE**
 - A. Identifier l'apport de la proactivité en entreprise
 - B. Anticiper les situations pour préparer la réponse
 - C. Analyser les actions passées et présentes
 - D. Se donner les moyens de la réussite

LES + DE LA FORMATION

- » Le travail sur des cas concrets proposés par le groupe et les échanges de pratique avec les participants, vecteurs de progression, permettent à chacun de prendre conscience de ses freins personnels à la créativité et au changement.
- » Chaque participant définit ses axes de progrès pour développer sa confiance en lui, faire des propositions et devenir initiateur de changement.

Combien de temps ?

3x2 heures
en petit effectif max 5

Prix

350€ HT

Pour qui ?

Managers et encadrants de proximité souhaitant affirmer et développer leur potentiel créatif, leur capacité à proposer des solutions innovantes.

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Par les exercices pratiques, les participants sont amenés à acquérir et travailler des techniques pour renforcer leur créativité.



**Pour toute demande,
contactez-nous :**

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Mieux communiquer avec ses collaborateurs et sa hiérarchie

OBJECTIFS

- » Mieux comprendre son style de management, ses forces et ses axes de développement en matière de communication interpersonnelle.
- » Adapter sa stratégie de communication en fonction des situations, des typologies de personnalités
- » Développer son leadership pour créer un climat collaboratif et de confiance.

Combien de temps ?

4x2 heures

Prix

1 000€ HT

Pour qui ?

Directeur de service,
Manager de proximité,
chef d'équipe...

Modalités
pédagogiques

Classe virtuelle.
Travail en inter session.
Études de cas.
Documentation
et exercices en ligne.
Remise d'un livrable.



Pour toute demande,
contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

PROGRAMME

1. LES ENJEUX DE LA COMMUNICATION INTERPERSONNELLE

- A. La communication verbale et non verbale
- B. Les différents canaux de communication
- C. Les règles d'or de la communication efficace
- D. Informer et donner du sens
- E. Créer un environnement de confiance

2. MIEUX SE CONNAÎTRE : IDENTIFIER SES FORCES ET SES AXES DE DÉVELOPPEMENT

- A. Identifier ses préférences de communication : découvrez votre profil
- B. Mieux comprendre les besoins et modes de fonctionnement de votre écosystème : Votre équipe
- C. Mieux comprendre les besoins et modes de fonctionnement de votre écosystème : Votre hiérarchie

3. DYNAMISER SA POSTURE DE COMMUNICANT : FEED BACK ET ÉCOUTE ACTIVE

- A. Recevoir et formuler des feedbacks
- B. Les différents types de feedbacks
- C. Encourager & féliciter
- D. Recadrer & sanctionner
- E. L'écoute active
- F. Les différents types d'écoute : de la simple conversation à l'écoute active

4. FOCUS SUR LES SITUATIONS DIFFICILES

- A. Prévenir, identifier et résoudre les situations difficiles
- B. Les différents types de conflit
- C. Techniques de résolutions de conflit

LES + DE LA FORMATION

- » Pédagogie s'appuyant sur l'expérience des participants et utilisant leurs propres cas concrets
- » Pédagogie active faisant alterner des réflexions collectives, des apports spécifiques et des applications concrètes

Prendre la parole en public en présentiel ou distanciel

OBJECTIFS

- » Organiser le fond et la forme de ses messages pour intéresser et convaincre son auditoire en présentiel, en conférence téléphonique ou réunion virtuelle
- » Développer ses facultés d'expression tout en contrôlant ses émotions et son stress.

PROGRAMME

1. LES TECHNIQUES DE COMMUNICATION

- A. Les principes de base
- B. Les parasites entre l'émetteur et le récepteur
- C. Les différents types de prise de parole
- D. Identifier ses principales difficultés

2. STRUCTURER SON INTERVENTION SELON SON AUDITOIRE ET SES OBJECTIFS

- A. Identifier son auditoire et ses attentes
- B. Cerner ses objectifs et définir ses priorités
- C. Organiser ses messages et structurer ses interventions
- D. Bâtir la structure de sa communication
- E. Préparer les supports visuels et la documentation

3. S'APPROPRIER LES TECHNIQUES D'INTERVENTION ORALE

- A. Le cas de la réunion virtuelle
- B. Choisir son style d'expression verbale
- C. Utiliser l'expression non verbale
- D. Maintenir le contact avec son auditoire

4. S'ASSURER DE L'IMPACT DE VOTRE INTERVENTION

- A. Renforcer son pouvoir de conviction
- B. Inciter son auditoire à s'exprimer
- C. Utiliser les méthodes des grands orateurs
- D. Surmonter son émotivité

LES + DE LA FORMATION

- » Les plus de cette formation : Les exercices et jeux de rôles proposés permettent de travailler sur les différents niveaux de conflits et sur leur résolution.
- » Le travail sur des cas concrets proposés par le groupe et les échanges de pratique avec les participants, vecteurs de progression, permettent à chacun d'établir sa stratégie d'intervention personnelle.

Combien de temps ?

3 x 2 heures

Prix

600€ HT

Pour qui ?

Toute personne amenée à s'exprimer en public, en interne ou en externe, et désireuse d'améliorer sa prise de parole et de développer son impact.

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle et supports en ligne spécialement conçu reprenant les notions abordées durant la formation et les astuces des grands orateurs.



Pour toute demande, contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net

Intégrer les clés de la communication

OBJECTIFS

- » Comprendre le processus de changement au niveau individuel, collectif et organisationnel
- » Appréhender les différents styles de comportement face au changement et leur impact pour développer son leadership
- » Faciliter la dynamique du changement avec une méthode permettant de renforcer les chances de réussite

Combien de temps ?

4 x 2 heures

Prix

800€ HT

Pour qui ?

Toute personne, tous services confondus.

Modalités pédagogiques

Classe virtuelle.
Apports théoriques ponctués d'exercices pratiques.
Mises en situation avec implication active des participants.

L'accélération du rythme et des changements créent une «nouvelle normalité» dans laquelle les individus et les organisations évoluent. Cela se traduit par une diminution de la visibilité pour l'avenir et crée un contexte de changement continu.

La « nouvelle normalité » sollicite un nouvel état d'esprit capable de rompre avec les habitudes et attitudes antérieures pour mieux accueillir le changement en développant ouverture et agilité.

Comprendre le changement et récupérer des grilles de lecture facilite l'ouverture. Regarder le changement comme un processus d'évolution sain et une opportunité favorise la confiance.

Acquérir une méthode permettant de préparer le changement afin de mobiliser les forces en sa faveur et de réduire l'impact de celles en sa défaveur augmente les chances de succès. Travailler sur la dynamique du changement, c'est aussi développer son leadership pour en devenir un facilitateur qui apprend à interagir avec les différents types de comportements possibles.

Cette formation s'adresse à tous les membres d'une organisation qui sont concernés/ impactés par la question du changement afin de leur permettre la mise en place de nouveaux fonctionnements facilitant ce processus tout en respectant les besoins individuels et collectifs.

PROGRAMME

1. LE PROCESSUS DE CHANGEMENT

- A. L'état de l'art du changement et la mise en pratique des facteurs clés de succès.**
- B. L'illustration du processus de changement individuel et collectif au travers d'une grille de lecture.**
- C. L'appropriation des différents styles de comportement face au changement et le leadership associé.**

2. LA FACILITATION DU CHANGEMENT

- A. Identifier les besoins individuels et collectifs dans un contexte de changement.**
- B. Se repérer dans les phases de développement d'une organisation pour développer de nouveaux points d'appuis.**
- C. Faciliter la dynamique de changement avec une méthode créant de la synergie.**

LES + DE LA FORMATION

- » Liens entre les grilles de lecture apportées en formation et l'actualité des Participants
- » Expérimentation de la méthode par les Participants sur une situation de changement (en cours ou à venir)
- » Évolution des pratiques collectives



Pour toute demande,
contactez-nous :

- 01 43 97 07 78
- formation@audigny.net



Une question ?
Une demande de formation ?
Contactez notre équipe !

audigny-formation.net

01 43 97 07 78

formation@audigny.net

2024

FORMATION
audigny



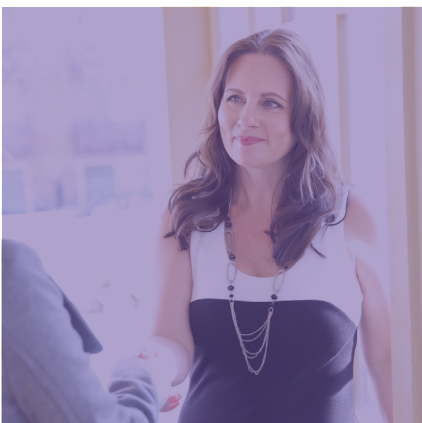
Management



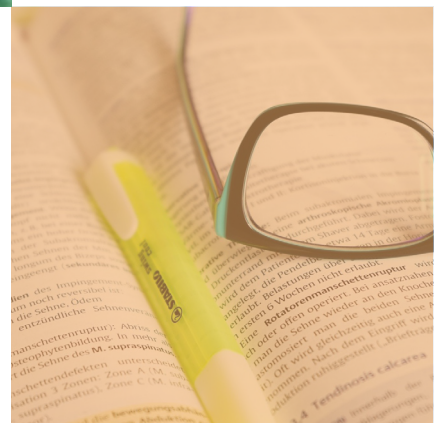
Vente



**Développement
personnel**



RH



Direction

**43 formations
sur les plus grands domaines d'entreprise**

2024

FORMATION
audigny

**43 formations
sur les plus grands
domaines d'entreprise**

