

PACK FORMATION 2010

DEVELOPPER SON POTENTIEL COMMERCIAL

OBJECTIFS :

- SAVOIR ACCUEILLIR UN CLIENT
- ACQUERIR DES TECHNIQUES DE VENTE, CONDUIRE UN ENTRETIEN DE VENTE, CONCLURE UNE VENTE
- TRAITER LES OBJECTIONS ET ARGUMENTER
- FIDELISER LE CLIENT

PUBLIC CONCERNE :

- SALARIES CONCERNES PAR LE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL DE L'ENTREPRISE, ASSISTANT COMMERCIAL, SALARIE CHARGE DE L'INTERFACE CLIENT/FORCE DE VENTE / ENTREPRISE.

PRE - REQUIS : AUCUN

METHODES PEDAGOGIQUES :

- REMISE D'UN SUPPORT DE COURS A CHAQUE PARTICIPANT

ÉVALUATION DES ACQUIS :

- ÉVALUATION EN FIN DE MODULE DE FORMATION

DURÉE : 2 JOURS

PROGRAMME

1. LES PREALABLES INCONTOURNABLES A LA VENTE

- LES DIX COMMANDEMENTS DE LA VENTE
- BIEN CONNAITRE SES PRODUITS
- SE REPLACER SUR UN MARCHÉ
- CONNAITRE ET RECONNAITRE SES CONFRERES

2. L'ACCUEIL DE CLIENT DANS LA SURFACE DE VENTE

- LES MISES EN PLACE DE LA REGLE A.I.D.A
- LES REGLES DES 3 X 20 (Temps – Espace – Parole)
- LE DEVELOPPEMENT DU SBAM ET DU SMAC (Service maximum d'accueil du client)
- LA DIFFERENCE ENTRE ACCUEIL PHYSIQUE ET ACCUEIL TELEPHONIQUE
A la recherche d'une cohésion et de la complémentarité
- ADOPTER LES COMPORTEMENTS EFFICACES POUR UN ACCUEIL REUSSI
- LA PRISE DE CONTACT AVEC LE CLIENT
Le développement de l'observation pour une meilleure entrée en matière (le schéma des 7 C).

3. DETECTER LES BESOINS DU CLIENT

- L'ART DU QUESTIONNEMENT CREATIF
- LA PYRAMIDE DES BESOINS DE MASLOW ET LE SONCAS

4. ARGUMENTER VERS UN RESULTAT RESOLUMENT POSITIF POUR LE CLIENT

- LA COMMUNICATION POSITIVE : UN PRINCIPE INCONTOURNABLE DE LA VENTE
- LA DECLINAISON Besoins – Motivations – Caractéristiques – Avantages – Résultats
- QUELS SONT LES BENEFICES POUR LE CLIENT ?

5. SAVOIR CONCLURE UNE VENTE

- NATURE ET TRAITEMENT DES OBJECTIONS
Comportement à adopter face à une objection.
- LES TECHNIQUES DE CONCLUSION QUI PERMETTENT DE GAGNER
- CONCLURE LA VENTE AU BON MOMENT
- LE CLOSING DE LA VENTE
- LA VENTE ADDITIONNELLE, METHODES ET TECHNIQUES

6. CONTRIBUER A LA FIDELISATION DE LA CLIENTELE

- LA COMMUNICATION ECRITE : Classique et électronique
- LES OUTILS DE LA FIDELISATION
- LA MESURE DE SATISFACTION DE LA CLIENTELE

PROGRAMME COFINANCE PAR :



PACK FORMATION 2010

VENTE ET NEGOCIATION

OBJECTIFS :

- ELABORER UNE STRATEGIE POUR MIEUX VENDRE
- MAITRISER SON ORGANISATION COMMERCIALE
- SAVOIR TRATER LES OBJECTIONS ET ARGUMENTER
- SAVOIR DECELER LES BESOINS DES CLIENTS, PROPOSER UN PRODUIT ADAPTE AU BESOIN, CREER UN BESOIN COMPLEMENTAIRE
- SAVOIR COMMENT ET QUAND PARLER DU PRIX

PUBLIC CONCERNE :

- COMMERCIAUX SOUHAITANT SE PERFECTIONNER DANS LES TECHNIQUES DE VENTE

PRE-REQUIS :

- AVOIR UNE PRATIQUE COMMERCIALE AVEREE

METHODES PEDAGOGIQUES :

- REMISE D'UN SUPPORT DE COURS A CHAQUE PARTICIPANT

ÉVALUATION DES ACQUIS :

- ÉVALUATION EN FIN DE MODULE DE FORMATION

DURÉE : 2 JOURS

PROGRAMME

- 1. CONSIDERER LA SITUATION**
 - RECHERCHE SUR SON CLIENT/PROSPECT
 - RECHERCHE SUR SON PRODUIT
 - RECHERCHE SUR SON ENVIRONNEMENT
- 2. SE FIXER DES OBJECTIFS**
 - LA STRATEGIE D'OBJECTIF
- 3. LA MISSION DU VENDEUR**
 - LES FACTEURS DE L'EFFICACITE DU VENDEUR
 - LA BALANCE DE L'ACHAT
- 4. LES 6 MOMENTS CLEFS D'UN ENTRETIEN DE VENTE**
 - LES 4 DIFFICULTES PSYCHOLOGIQUES
 - LES 2 MOMENTS CLEFS OU SE FAIT LA DIFFERENCE
- 5. LA STRUCTURE D'UN ACTE DE VENTE**
 - LA PREPARATION DE L'ENTRETIEN
 - LA PHASE PRIMORDIALE DU CONTACT
 - LA DECOUVERTE COMPLETE DU CLIENT :
 - Besoins
 - Motivations
 - Circuit de décisions
- 6. MISE EN SITUATION**
 - L'ARGUMENTAIRE QUI PERMET DE CONVAINCRE
 - LE TRAITEMENT DES OBJECTIONS
 - LA PRESENTATION ET LA DEFENSE DU PRIX
 - LA CONCLUSION QUI ENGAGE LE CLIENT
 - LA PRISE DE CONGE QUI LAISSE UN BON SOUVENIR
 - L'ANALYSE DE L'ENTRETIEN
- 7. LE PLAN DE PROGRES INDIVIDUEL**
 - JEUX DE RÔLE SUR DES CAS Réels
 - ANALYSE DE CHAQUE JEU
 - IDENTIFIER SES POINTS DE PROGRESSION INDIVIDUELLE
 - LA GRILLE INDIVIDUELLE DE PROGRESSION

PROGRAMME COFINANCE PAR :



PACK FORMATION 2010

PROSPECTER PAR TELEPHONE

OBJECTIFS :

- UTILISER LE TELEPHONE POUR QUALIFIER DES FICHIERS ET PRENDRE DES RENDEZ-VOUS
- CONSTRUIRE DES OUTILS DE PROSPECTION (ARGUMENTAIRE, REPONSE AUX OBJECTIONS) ET METTRE EN PLACE UNE STRATEGIE POUR OPTIMISER LES APPELS TELEPHONIQUES DE PROSPECTION
- ADAPTER SA PROSPECTION AUX PARTICULIERS OU AUX ENTREPRISES

PUBLIC CONCERNE :

- TOUT PULIC DES TPE DE MOINS DE 20 SALARIES DE SECTEURS D'ACTIVITES DIVERS

PRE-REQUIS :

- AVOIR UNE PREMIERE EXPERIENCE EN TANT QUE TELEOPERATEUR

METHODES PEDAGOGIQUES :

- ALTERNANCE ENTRE APPORTS THEORIQUES ET MISES EN APPLICATIONS PRATIQUES
- DES SIMULATIONS D'APPELS POURRONT ETRE REALISEES A L'AIDE D'UN EQUIPEMENT SPECIFIQUE SOUS FORME DE JEUX DE ROLE AVEC ANALYSE PAR LE GROUPE ET L'ANIMATEUR
- REMISE D'UN SUPPORT DE COURS A CHAQUE PARTICIPANT

ÉVALUATION DES ACQUIS :

- ÉVALUATION EN FIN DE MODULE DE FORMATION

DURÉE : 1 JOUR

PROGRAMME

1. INTRODUCTION : COMPRENDRE LA COMMUNICATION

- LE SCHEMA DE LA COMMUNICATION
- DONNER ET RECEVOIR DES FEED BACK CONSTRUCTIFS

2. LES FICHIERS DE PROSPECTION EN B to B ET B to C

- LA NOTION DE FICHER = BASE ET SUPPORT ESSENTIEL A VOTRE ACTIVITE (Kompas, pages jaunes...)
- DEFINIR VOS OBJECTIFS EN FONCTION DES CIBLES A TRAITER
- QUALIFIER UN FICHER (enrichir, segmenter, cibler)
- ORGANISER SON ACTION EFFICACEMENT (fichier et guide d'entretien suivant le type d'action à engager)

3. LES ATTITUDES

- FAIRE LA DIFFERENCE ENTRE TELEPHONE PRIVE ET TELEPHONE PROFESSIONNEL
- IDENTIFIER LES LIMITES DE LA COMMUNICATION PAR TELEPHONE
- ADOPTER SON EXPRESSION VERBALE
- CHOISIR LES MOTS ESSENTIELS
- PRATIQUER L'ECOUTE ACTIVE – SELECTIVE – EMPATHIQUE
- ACQUERIR LES REFLEXES DE REPONSE AUX OBJECTIONS COURANTES
- DETECTER LES SIGNAUX D'ACCORD OU D'ACHAT
- DETECTER LES SIGNAUX D'IMPATIENCE, DE SATURATION POUR ECOURTER L'APPEL

4. LA CONDUITE D'UN ENTRETIEN DE PROSPECTION

- SAVOIR SITUER LES DIFFERENTES PHASES D'UN ENTRETIEN DE PROSPECTION
- UTILISER LES TECHNIQUES DE COMMUNICATION POUR RECUEILLIR LES INFORMATIONS CLES :
 - Questionnement
 - Reformulation

- DETERMINER LES ATTENTES ET REPERER LES CLIGNOTANTS D'ACHAT D'UN PROSPECT
- DEVELOPPER UNE ARGUMENTATION A PARTIR DES POINTS CLES RECENSES
- TRAITER LES OBJECTIONS LES PLUS COURAMMENT RENCONTREES
- FRANCHIR LE BARRAGE DE LA SECRETAIRE
- ENGAGER L'INTERLOCUTEUR VERS LA CONCLUSION ET ENGAGER LE CONTACT A LA DECISION
- REFORMULER LES TERMES DE L'ACCORD

5. PARTIE MODULABLE

Suivant les attentes et les profils des participants, nous développerons plus particulièrement l'une des situations suivantes :

- PRISE DE RENDEZ VOUS
- VENTE / PROPOSITION DE PRODUIT
- VENTE D'UN CONCEPT

6. SUIVI ET RELANCE

- ETABLIR UN PLAN DE RELANCE
- OPTIMISER LES « VISITES TELEPHONIQUES » SUR LES CLIENTS POTENTIELS
- CONDUIRE LES RELANCES DE FIDELISATION
- ETABLIR UN REPORTING OBJECTIF ET PRECIS DE SES APPELS
- GARDER A L'INITIATIVE DE LA RELANCE ET DE LA SUITE A DONNER
- SAISIR ET CREER DES OCCASIONS D'APPELS
- CONDUIRE DES ENTRETIENS DE FIDELISATION

PROGRAMME COFINANCE PAR :



PACK FORMATION 2010

CONSTRUIRE SON PLAN D'ACTION COMMERCIALE

OBJECTIFS :

- CONCEVOIR, PLANIFIER ET ORGANISER SON ACTION COMMERCIALE

PUBLIC CONCERNE :

- CHEF D'ENTREPRISE, COMMERCIAL, RESPONSABLE COMMERCIAL ET MARKETING, ASSISTANT COMMERCIAL

METHODES PEDAGOGIQUES :

- ALTERNANCE D'APPORTS THEORIQUES ET DE CAS PRATIQUES PERMETTANT D'APPORTER A CHACUN UNE REPONSE INDIVIDUELLE
- REMISE D'UN SUPPORT DE COURS A CHAQUE PARTICIPANT

ÉVALUATION DES ACQUIS :

- ÉVALUATION EN FIN DE MODULE DE FORMATION

DURÉE : 2 JOURS

PROGRAMME

1. LES DIFFERENTS TYPES DE PLAN D'ACTION

- PLAN D'ACTION DESTINE A RESOUDRE UN PROBLEME
- PLAN D'ACTION DE RATTRAPAGE
- PLAN D'ACTION DE DEVELOPPEMENT, DE PROJET

2. PLANIFICATION DE L'ACTION COMMERCIALE

- TRADUIRE LES OBJECTIFS MARKETING EN OBJECTIFS COMMERCIAUX
- DEFINITION DES OBJECTIFS COMMERCIAUX
- METHODES DE PREVISION DES VENTES (TECHNIQUES ET OUTILS)
- VALIDATION DES MOYENS OPERATIONNELS NECESSAIRES ET ANALYSE DE L'EXISTANT
- ANALYSE ET SEGMENTATION DU PORTEFEUILLE CLIENT
- MISE EN PLACE DU PAC

3. OPTIMISER SES ACTIONS ET MESURER LEUR EFFICACITE

- SELECTIONNER LES INDICATEURS PERTINENTS
- LES TABLEAUX DE BORD
- EVALUER LA PERFORMANCE COMMERCIALE ET L'EVOLUTION DU PORTEFEUILLE CLIENTS
- DEFINIR LES MESURES CORRECTIVES ET LES PLANS D'ACTIONS
- BILAN DE L'ANNEE ECOULEE ET CONSTRUCTION DU NOUVEAU PAC

PROGRAMME COFINANCE PAR :



PACK FORMATION 2010

INITIATION A LA PRATIQUE COMPTABLE

OBJECTIFS :

- COMPRENDRE LA LOGIQUE DU SYSTEME COMPTABLE ET LES MECANISMES DES COMPTES
- SITUER LA TENUE DES COMPTES DANS L'ENSEMBLE COMPTABLE
- CONNAITRE LES OPERATIONS COMPTABLES
- TENIR LES DOCUMENTS COMPTABLES

PUBLIC CONCERNE :

- PERSONNEL NON COMPTABLE DESIRANT PRATIQUER LES ECRITURES COMPTABLES COURANTES ET AYANT PEU DE CONNAISSANCES DE BASE, DANS UNE ENTREPRISE DE MOINS DE 20 SALARIES

PRE-REQUIS :

- AUCUN

METHODES PEDAGOGIQUES :

- ALTERNANCE D'APPORTS THEORIQUES ET DE CAS PRATIQUES PERMETTANT D'APPORTER A CHACUN UNE REPONSE INDIVIDUELLE
- REMISE D'UN SUPPORT DE COURS A CHAQUE PARTICIPANT

ÉVALUATION DES ACQUIS :

- ÉVALUATION EN FIN DE MODULE DE FORMATION

DURÉE : 2 JOURS

PROGRAMME

1. CONNAISSANCE DES DOCUMENTS COMPTABLES

2. APPLICATION DES TECHNIQUES COMPTABLES DANS L'ACTIVITE PROFESSIONNELLE

- SAISIE DES ECRITURES
- FACTURES ET AVOIRS
- ENCAISSEMENTS ET DECAISSEMENTS
- TVA
- TRESORERIE
- ETC...

PROGRAMME COFINANCE PAR :



PACK FORMATION 2010

LIRE ET INTERPRETER LE BILAN DE SON ENTREPRISE

OBJECTIFS :

- SAVOIR LIRE ET COMPRENDRE UN BILAN
- SAVOIR INTERPRETER ET EXPLOITER LES INFORMATIONS FOURNIES PAR LA LECTURE D'UN BILAN

PUBLIC CONCERNE :

- TOUTE PERSONNE AYANT ACCES A L'INFORMATION FINANCIERE DANS UNE ENTREPRISE DE MOINS DE 20 SALARIES

PRE-REQUIS :

- AUCUN

METHODES PEDAGOGIQUES :

- ALTERNANCE D'APPORTS THEORIQUES ET DE CAS PRATIQUES
- REMISE D'UN SUPPORT DE COURS A CHAQUE PARTICIPANT

ÉVALUATION DES ACQUIS :

- ÉVALUATION EN FIN DE MODULE DE FORMATION

DURÉE : 1 JOUR

PROGRAMME

1. PRESENTATION D'UN BILAN ET DES ELEMENTS LE COMPOSANT

- LE BILAN
- LE COMPTE DE RESULTAT
- L'ANNEXE AUX COMPTES ANNUELS

3. COMMENT INTERPRETER UN BILAN ?

- ANALYSER LES INFORMATIONS ISSUES DU BILAN ET DU COMPTE DE RESULTAT
- LES CLES DE L'ANALYSE FINANCIERE

2. COMMENT SE CONSTRUIT UN BILAN ?

- SAISIE DES ECRITURES
 - LES GRANDS PRINCIPES DE LA COMPTABILITE
 - Le passage des pièces comptables au bilan

PROGRAMME COFINANCE PAR :



PACK FORMATION 2010

MANAGEMENT FINANCIER DE L'ENTREPRISE

OBJECTIFS :

- ÊTRE A MEME D'INTEGRER DANS SON MANAGEMENT LES DIFFERENTS OUTILS DE GESTION D'UNE ORGANISATION
- ÊTRE CAPABLE D'ANALYSER SON ACTIVITE ET DE MESURER SA PERFORMANCE EN TERME D'EXPLOITATION ET D'EQUILIBRE FINANCIER
- ÉTABLIR UN DIALOGUE EFFICACE AVEC SON EXPERT-COMPTABLE TANT D'UN POINT DE VUE COMPTABLE QUE FISCAL
- PREVENIR ET REPERER LES DYSFONCTIONNEMENTS DE SON ORGANISATION

PUBLIC CONCERNE :

- CHEFS D'ENTREPRISE ET PERSONNEL DECISIONNEL DE T.P.E. DE MOINS DE 20 SALARIES

PRE-REQUIS :

- AUCUN

METHODES PEDAGOGIQUES :

- ALTERNANCE D'APPORTS THEORIQUES, PRATIQUES ET D'EXEMPLES D'ACTUALITE
- CAS PRATIQUES TRAITES EN COMMUN A PARTIR DE SITUATIONS REELLES DE T.P.E.
- DIAPORAMA EN CONTINU DES POINTS IMPORTANTS
- REMISE D'UN SUPPORT DE COURS A CHAQUE PARTICIPANT

ÉVALUATION DES ACQUIS :

- ÉVALUATION EN FIN DE MODULE DE FORMATION

DURÉE : 2 JOURS

PROGRAMME

1. LES OUTILS DE GESTION DE L'ENTREPRISE

- LA COMPTABILITÉ GÉNÉRALE
 - L'organisation comptable
 - La production des documents de synthèse
- LES DIFFÉRENTS FLUX
 - Les flux physiques
 - Les flux d'information
 - Les flux financiers

2. LE SUIVI DE L'ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE ET DE SES PERFORMANCES

- LES PRINCIPALES COMPOSANTES DU RÉSULTAT
 - Le résultat d'exploitation
 - Les résultats financier et exceptionnel
 - Du résultat comptable au résultat fiscal
- LES SOLDES INTERMÉDIAIRES DE GESTION
 - La présentation des soldes intermédiaires de gestion
 - La mesure de la performance (distribution, production et service)
 - La répartition de la valeur ajoutée
- LA CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT
 - La capacité d'autofinancement et l'autofinancement

3. LA STRUCTURE FINANCIÈRE DE L'ENTREPRISE (LE BILAN)

- DU BILAN COMPTABLE AU BILAN FONCTIONNEL
 - Fonds de roulement, besoins en fonds de roulement et trésorerie nette
 - L'analyse des différents équilibres financiers du bilan fonctionnel (distribution, production et service)
- LE BILAN FINANCIER
 - L'analyse de la solvabilité de l'entreprise (distribution, production et service)

4. APPROFONDIR L'ANALYSE PAR LA MÉTHODE DES RATIOS

- LA SANTÉ FINANCIÈRE DE L'ENTREPRISE
 - Étude de la structure financière
 - Étude de l'exploitation
- LA RENTABILITÉ DE L'ENTREPRISE
 - Étude de la croissance
 - Étude de la rentabilité
 - Étude des moyens mis en œuvre

5. L'IDENTIFICATION ET LA MAÎTRISE DES RISQUES

- L'IDENTIFICATION ET LA MAÎTRISE DES RISQUES
 - L'auto - diagnostic
 - L'utilisation des indicateurs existants
 - La création de nouveaux indicateurs

PROGRAMME COFINANCE PAR :



PACK FORMATION 2010

DEVENIR PERSONNE RESSOURCE DE L'INFORMATIQUE

OBJECTIFS :

- FORMER UNE PERSONNE RESSOURCE ASSURANT LE SUIVI ET L'ADMINISTRATION DU RESEAU INFORMATIQUE DE L'ENTREPRISE
- CONNAITRE LES BASES DU FONCTIONNEMENT D'UN PC, LES COMPOSANTS ET LES PERIPHERIQUES
- GERER LE PARC MACHINE ET LE SUIVI DES INTERVENTIONS (ASSURER UNE MAINTENANCE DE 1^{ER} NIVEAU, DIAGNOSTIQUER UNE SOURCE DE PANNE/DYSFONCTIONNEMENT, APPORTER SON SOUTIEN AUX UTILISATEURS, ETC.)

PUBLIC CONCERNE :

- SALARIES MAITRISANT LE MICRO ORDINATEUR ET SON ENVIRONNEMENT ET SOUHAITANT ACQUERIR LES BASES DE L'ADMINISTRATION D'UN PARC MACHINE ET D'UN RESEAU

PRE-REQUIS :

- MAITRISER L'UTILISATION CLASSIQUE D'UN ORDINATEUR SOUS ENVIRONNEMENT WINDOWS

METHODES PEDAGOGIQUES :

- ALTERNANCE D'APPORTS THEORIQUES ET D'ETUDE DE CAS PRATIQUES
- REMISE D'UN SUPPORT DE COURS A CHAQUE PARTICIPANT

ÉVALUATION DES ACQUIS :

- ÉVALUATION EN FIN DE MODULE DE FORMATION

DURÉE : 1 JOUR

PROGRAMME

1. CONNAISSANCE DU MATERIEL INFORMATIQUE

- LES PRINCIPAUX COMPOSANTS D'UNE MACHINE
- LES PRINCIPAUX PERIPHERIQUES
- LE SYSTEME D'EXPLOITATION
- LES DIFFERENTES LICENCES D'UTILISATION
- LES GRANDES FAMILLES DE LOGICIELS

2. GESTION D'UN PARC MACHINE

- SAVOIR UTILISER UN LANGAGE ADAPTE A L'UTILISATEUR
- CREER DES OUTILS MANUELS OU INFORMATISES DE SUIVI DE GESTION
- ASSURER UNE MAINTENANCE DE PREMIER NIVEAU POUR LE MATERIEL ET LES LOGICIELS
- SAVOIR FIXER ET IMPOSER DES REGLES D'UTILISATION DU MATERIEL
- LE PARTAGE DES RESSOURCES
- LA SURVEILLANCE ET LA PROTECTION

3. INSTALLATION ET PARAMETRAGE D'UN LOGICIEL

4. ASSURER L'ADMINISTRATION DU RESEAU

- LES TYPES DE RESEAUX
- DESCRIPTIF PHYSIQUE
- STRATEGIE RESEAU

PROGRAMME COFINANCE PAR :



PACK FORMATION 2010

CREER SON SITE INTERNET

OBJECTIFS :

- DEFINIR ET CONCEVOIR UN SITE, CREER DES PAGES INTERNET, METTRE EN PAGE DES TEXTES ET DES IMAGES, CREER DES LIENS HYPERTEXTES, PUBLIER UN SITE EN LIGNE

PUBLIC CONCERNE :

- TOUTE PERSONNE SOUHAITANT S'INITIER A LA CREATION D'UN SITE INTERNET

PRE-REQUIS :

- MAITRISER LA BUREAUTIQUE ET PRATIQUER INTERNET EN TANT QU'UTILISATEUR

METHODES PEDAGOGIQUES :

- ALTERNANCE ENTRE APPORTS THEORIQUES ET MISE EN APPLICATION PRATIQUE
- REMISE D'UN SUPPORT DE COURS A CHAQUE PARTICIPANT

ÉVALUATION DES ACQUIS :

- ÉVALUATION EN FIN DE MODULE DE FORMATION

DURÉE : 2 JOURS

PROGRAMME

1. CONCEVOIR UN SITE :

- DEPOSER UN NOM DE DOMAINE
- TROUVER UN HEBERGEUR POUR SON SITE
- ORGANISER LES CONTENUS
- STRUCTURER LA NAVIGATION

2. OUTILS GRATUITS ET LOGICIELS LIBRES DE CREATION DE SITES

- TELECHARGER LES RESSOURCES NECESSAIRES (LOGICIEL DE CREATION, IMAGES...)

3. CREER LES PAGES WEB

- ACQUERIR LES BASES TECHNIQUES DU HTML
- CREER LES PAGES DE SON SITE (TEXTE, TABLEUX, IMAGES...)
- METTRE EN PAGE

4. INSERER DES LIENS HYPERTEXTES

- ENTRE LES PAGES DE VOTRE SITE
- VERS D'AUTRES SITES
- VERS UNE MESSAGERIE ELECTRONIQUE
- VERS LES FICHIERS PDF, SON OU VIDEO...

5. METTRE LE SITE EN LIGNE

- TRANSFERER SON SITE VIA LE FTP
- TESTER LES PAGES
- METTRE A JOUR LE SITE

PROGRAMME COFINANCE PAR :



PACK FORMATION 2010

OPTIMISER LE REFERENCEMENT DE SON ENTREPRISE SUR INTERNET

OBJECTIFS :

- COMPRENDRE LES ENJEUX DU REFERENCEMENT SUR LES MOTEURS DE RECHERCHE,
- GERER L'IMAGE DE SON ENTREPRISE SUR INTERNET

PUBLIC CONCERNE :

- TOUTE PERSONNE CHARGEE DU PROJET INTERNET, CHARGEE DE LA COMMUNICATION DANS L'ENTREPRISE

PRE-REQUIS :

- MAITRISER LES OUTILS DE CREATION DE SITE INTERNET

METHODES PEDAGOGIQUES :

- REMISE D'UN SUPPORT DE COURS A CHAQUE PARTICIPANT

ÉVALUATION DES ACQUIS :

- ÉVALUATION EN FIN DE MODULE DE FORMATION

DURÉE : 1 JOUR

PROGRAMME

- 1. LES ENJEUX DU REFERENCEMENT SUR LES MOTEURS DE RECHERCHE :**
 - ORIGINES DES VISITEURS D'UN SITE WEB
 - PANORAMA DES ACTEURS ET DES OUTILS DE RECHERCHE
 - LA DOMINATION DE GOOGLE
 - DEFINITION DU REFERENCEMENT SUR LES MOTEURS DE RECHERCHE
- 2. OPTIMISER LE REFERENCEMENT DE SON SITE**
 - COMPRENDRE LE FONCTIONNEMENT DES MOTEURS DE RECHERCHE ET LES COMPORTEMENTS DES INTERNAUTES
 - EVITER LES FACTEURS BLOQUANTS TECHNIQUES
 - ACQUERIR LES REFLEXES D'UN REFERENCEMENT GAGNANT
 - CHOISIR LES MOTS CLES ET REDIGER LES CONTENUS
 - OPTIMISER L'ERGONOMIE ET LA NAVIGATION
 - REDIGER LES TITRES ET LES DESCRIPTIFS
 - DEVELOPPER LA POPULARITE DE SON SITE
- 3. QU'EST-CE QUE LA REPUTATION SUR INTERNET ?**
 - NOTORIETE : NOMBRE DE LIENS
 - VISIBILITE : IDENTIFICATION CLAIRE
 - LISIBILITE : MON IMAGE EST COHERENTE
 - IMAGE : COMMENT J'APPARAIS
 - REPUTATION : CE QU'ON DIT DE MOI
- 4. LES MOTIVATIONS POSSIBLES**
 - ETRE VISIBLE (EN INTERNE ET EN EXTERNE)
 - ETRE CONNU
 - ETRE LISIBLE ET COHERENT
 - MAITRISER SA REPUTATION
 - NE PAS ETRE VU,...

PROGRAMME COFINANCE PAR :



PACK FORMATION 2010

CACES 1 OU 3 – FORMATION INITIALE

OBJECTIFS :

- ÊTRE CAPABLE D'APPLIQUER LES REGLES DE SECURITE A LA FONCTION DE CONDUCTEUR DE CHARIOTS AUTOMOTEURS A CONDUCTEUR PORTE PAR DES CATEGORIES 1 OU 3 DE LA RECOMMANDATION CNAMTS R-389 TANT SUR LE PLAN THEORIQUE QUE PRATIQUE
- REALISER DES OPERATIONS DE CHARGEMENT ET DE DECHARGEMENT EN TOUTE SECURITE
- ASSURER LA MAINTENANCE DE PREMIER NIVEAU DU MATERIEL UTILISE
- ÊTRE EN MESURE DE RENDRE COMPTE DES ANOMALIES ET DIFFICULTES RENCONTREES
- VALIDATION CACES CONFORMEMENT A LA RECOMMANDATION CNAMTS R-389

PUBLIC CONCERNE :

- SALARIES EXPERIMENTES OU NON DANS LA CONDUITE DES CHARIOTS AUTOMOTEURS A CONDUCTEUR PORTE DES CATEGORIES 1 OU 3 DE LA RECOMMANDATION CNAMTS R-389

PRE-REQUIS :

- PRESENTER LES APTITUDES MEDICALES REQUISES
- ÊTRE AGE DE 18 ANS MINIMUM
- SAVOIR LIRE ET ECRIRE LA LANGUE FRANÇAISE

METHODES PEDAGOGIQUES :

- PARTIE PRATIQUE EFFECTUEE SUR 2 TYPES DE CHARIOTS (MOTEUR THERMIQUE ET ELECTRIQUE) AVEC UN MINIMUM DE 3 STAGIAIRES PAR CHARIOT
- EXERCICES DE CONDUITE EFFECTUES SUR 2 TYPES DE SOL (INTERIEUR ET EXTERIEUR DES BATIMENTS)
- REMISE D'UN SUPPORT DE COURS A CHAQUE PARTICIPANT

ÉVALUATION DES ACQUIS :

- CONTROLE DES ACQUIS THEORIQUES ET PRATIQUES EN COURS DE FORMATION
- ÉVALUATION FINALE (DUREE INCLUSE DANS LES HEURES DE THEORIE ET DE PRATIQUE)
- TESTS DEFINIS SUIVANT LA NOUVELLE RECOMMANDATION CNAMTS R-389 DU 1ER JANVIER 2001
- CACES DELIVRE PAR UN ORGANISME ACCREDITE "TESTEUR"

DURÉE : 3 JOURS DE FORMATION + 1 JOUR DE TEST, SOIT 4 JOURS AU TOTAL

PROGRAMME

1. FORMATION THEORIQUE

- DEVOIRS ET RESPONSABILITES DES CONDUCTEURS DE CHARIOT
- CONTEXTE REGLEMENTAIRE
- REGLES DE CONDUITE ET DE STATIONNEMENT EN SECURITE
- TECHNOLOGIE DES CHARIOTS : CATEGORIES, SPECIFICITES, DISPOSITIFS DE SECURITE...
- CAPACITE DE CHARGE
- CONDITION DE STABILITE

2. FORMATION PRATIQUE

- CIRCULATION A VIDE OU EN CHARGE, REGLES DE STATIONNEMENT, SUR DIFFERENTS TYPES DE SOLS

- PRISE ET DEPOSE D'UNE CHARGE AU SOL
- MISE EN STOCK ET DESTOCKAGE DANS UN PALETIER GERBAGE ET DEGERBAGE EN PILE
- CHARGEMENT ET DECHARGEMENT D'UN VEHICULE
- CHOIX DU CHARIOT ADAPTE AUX CHARGES A MANUTENTIONNER
- MANIPULATIONS SPECIALES : MANIPULATION DES CHARGES LONGUES OBSTRUANT LA VISIBILITE OU UTILISANT 2 CHARIOTS ELEVATEURS
- IDENTIFICATION DES PICTOGRAMMES DE MANUTENTION ET LES ETIQUETTES DE MATIERES DANGEREUSES

3. EXAMEN

- CONTROLE DES CONNAISSANCES ET DU SAVOIR-FAIRE DE CHAQUE STAGIAIRE

PROGRAMME COFINANCE PAR :



PACK FORMATION 2010

CACES 1 OU 3 – RECYCLAGE

OBJECTIFS :

- RENOUELER UN CACES **CATEGORIES 1** OU 3 A LA CONDUITE DES CHARIOTS AUTOMOTEURS A CONDUCTEUR PORTE
- ETRE CAPABLE D'APPLIQUER LES REGLES DE SECURITE LIEES A LA FONCTION DE CONDUCTEUR DE CHARIOTS AUTOMATEURS A CONDUCTEUR PORTE DES CATEGORIES 1 OU 3 DE LA RECOMMANDATION CNAMTS R-389 TANT SUR LE PLAN THEORIQUE QUE PRATIQUE
- **VALIDATION CACES** CONFORMEMENT A LA RECOMMANDATION **CNAMTS R-389**

PUBLIC CONCERNE :

- SALARIES TITULAIRES D'UN CACES CATEGORIES 1 OU 3 DE MOINS DE 5 ANS DE LA RECOMMANDATION CNAMTS R-389

PRE-REQUIS :

- PRESENTER LES APTITUDES MEDICALES REQUISES

METHODES PEDAGOGIQUES :

- BASEES ESSENTIELLEMENT SUR LE VISUEL ET LA MEMOIRE AVEC REMISE D'UN SUPPORT PEDAGOGIQUE SPECIFIQUE
- PARTIE PRATIQUE EFFECTUEE SUR 2 TYPES DE CHARIOTS (MOTEUR THERMIQUE ET ELECTRIQUE)
- EXERCICES DE CONDUITE EFFECTUES SUR 2 TYPES DE SOL (INTERIEUR ET EXTERIEUR DES BATIMENTS)
- REMISE D'UN SUPPORT DE COURS A CHAQUE PARTICIPANT

ÉVALUATION DES ACQUIS :

- EVALUATION FINALE (DUREE INCLUSE DANS LES HEURES DE THEORIE ET DE PRATIQUE)
- TESTS DEFINIS SUIVANT LA NOUVELLE RECOMMANDATION CNAMTS R-389 DU 1ER JANVIER 2001
- CACES DELIVRE PAR UN ORGANISME ACCREDITE "TESTEUR"

DURÉE : 1 JOUR DE FORMATION + 1 JOUR DE TEST, SOIT 2 JOURS AU TOTAL

PROGRAMME

1. FORMATION THEORIQUE

- Législation et réglementation
- Consignes de conduite, symbolisation
- Capacité nominale
- Cas de renversement
- Entretien de l'appareil
- Organes de sécurité
- Responsabilité du cariste
- Interdictions formelles
- Vérification avant utilisation
- Sécurité lors de la mise en charge
- Prévention des risques

2. FORMATION PRATIQUE

- Présentation et technologie des chariots
- Conduite à vide dans un circuit
- Dépose d'une charge
- Vérification avant départ
- Prise d'une charge
- Evolution en charge dans un circuit

3. EXAMEN

- Contrôle des connaissances et du savoir-faire de chaque stagiaire

PROGRAMME COFINANCE PAR :



PACK FORMATION 2010

PRATIQUE DES ACHATS

OBJECTIFS :

- COMPRENDRE ET SITUER LA FONCTION ACHAT DANS L'ENTREPRISE
- METTRE EN PLACE LES ACTIONS ET AGIR POUR OPTIMISER LES ACHATS
- ORGANISER LA FONCTION DANS L'ENTREPRISE

PUBLIC CONCERNE :

- SALARIES EN CHARGE DE LA FONCTION ACHAT
- FUTURS ACHETEURS OU ACHETEURS DEBUTANTS
- ASSISTANTES ACHATS

PRE-REQUIS :

- AUCUN

METHODES PEDAGOGIQUES :

- ALTERNANCE ENTRE APPORTS THEORIQUES ET MISE EN APPLICATION PRATIQUE
- REMISE D'UN SUPPORT DE COURS A CHAQUE PARTICIPANT

ÉVALUATION DES ACQUIS :

- ÉVALUATION EN FIN DE MODULE DE FORMATION

DURÉE : 2 JOURS

PROGRAMME

1. ROLE ET MISSIONS DE L'ACHETEUR

- L'importance de la fonction Achat dans l'entreprise et son impact sur la compétitivité de l'entreprise
- La fonction Achat et les liens avec les autres fonctions de l'entreprise

2. ORGANISER UN ACHAT

- Evaluer précisément le besoin
- Rechercher un nouveau fournisseur
- Préparer les consultations
- Analyser un devis
- Dépouiller et comparer les différentes offres
- Repérer les leviers d'actions sur le prix

3. PREPARER LA RENCONTRE AVEC LE FOURNISSEUR

- Rassembler les éléments du dossier
- Détailler les points à traiter, arguments,...
- Organiser l'entretien (date, lieu, durée,...)

4. GERER LA COMMANDE ET LE SUIVI

- Les points essentiels d'une commande
- Le suivi : relances, réception, contrôle, paiement
- La gestion des aléas et litiges

PROGRAMME COFINANCE PAR :



PACK FORMATION 2010

APPROVISIONNEMENT ET GESTION DES STOCKS

OBJECTIFS :

- APPREHENDER LA FONCTION APPROVISIONNEMENT DANS L'ENTREPRISE
- OPTIMISER LA GESTION DES STOCKS

PUBLIC CONCERNE :

- SALARIE EN CHARGE DES APPROVISIONNEMENTS ET DES STOCKS

PRE-REQUIS :

- AUCUN

METHODES PEDAGOGIQUES :

- ALTERNANCE ENTRE APPORTS THEORIQUES ET MISE EN APPLICATION PRATIQUE
- REMISE D'UN SUPPORT DE COURS A CHAQUE PARTICIPANT

ÉVALUATION DES ACQUIS :

- ÉVALUATION EN FIN DE MODULE DE FORMATION

DURÉE : 2 JOURS

PROGRAMME

1. LES OBJECTIFS DE L'APPROVISIONNEMENT

- La définition des missions et des objectifs
- Les relations avec les fournisseurs
- Les besoins des utilisateurs
- La fiabilité des approvisionnement : indicateurs de suivi et tableaux de bord

2. L'APPROVISIONNEMENT

- La connaissance des flux
- La définition des besoins
- L'organisation logistique interne
- La gestion optimale des stocks

3. LA GESTION DES STOCKS

- Qu'est-ce qu'un stock ?
- L'organisation des stocks
- Les méthodes et indicateurs de gestion
- La sécurité des stocks
- Les inventaires

PROGRAMME COFINANCE PAR :

