

Edition 2015

Accueil & relation client

Communication :
écrite, orale et digitale

Secteur public

Organisation et
gestion du temps

Développement personnel :
bien-être au travail,
gestion du stress

mi²i
Formation

La formation autrement

Les métiers achats
Développement commercial
Gestion de projets
Comptabilité & fiscalité

**DEVELOPPEMENT
PERSONNEL
&
MANAGEMENT**

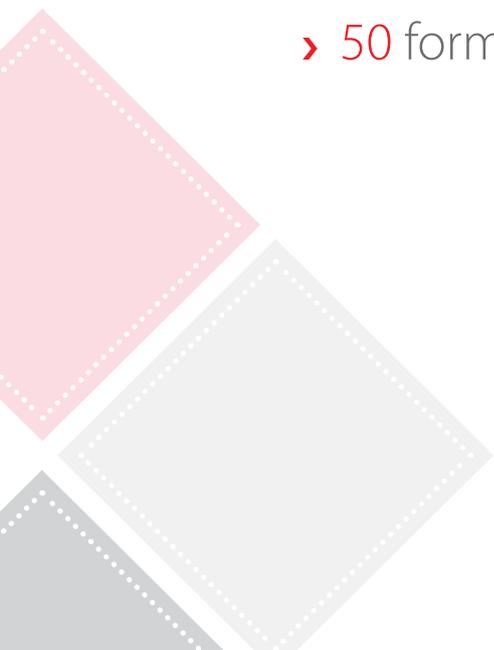
www.m2ifformation.fr client@m2ifformation.fr

N° Azur 10 810 007 689

35 centres
en France



M2i en quelques chiffres :

- › 30 millions d'euros de CA
 - › N° 2 de la formation informatique en France
 - › 35 centres détenus en propre répartis sur l'ensemble du territoire national
 - › Soit le 1er dispositif en France toute activité de formations confondues
 - › 76 000 stagiaires formés
 - › 1 200 programmes de formation
 - › 210 Salles
 - › Nombre de poste de travail : 2 500
 - › Nombre de collaborateurs : 170
 - › 50 formateurs salariés
- 



Céline Miton
Directrice Pôle Management
& Communication

Acteur majeur de la formation professionnelle et continue, M2i Formation vous propose un nouveau catalogue en Management.

Nos formations sont dispensées dans nos 35 centres partout en France. Nos formations concilient à la fois l'exigence d'efficacité, les contraintes de temps, de budget et sont capables d'accroître la performance globale de votre entreprise au travers du développement des compétences de vos collaborateurs.

Elaborée dans un esprit résolument tourné vers les besoins des entreprises et des collaborateurs, notre offre Management 2015 est le fruit de l'expertise de nos consultants. Nos 10 filières sont l'alliance des techniques opérationnelles et des principes stratégiques auxquels les entreprises ont recours au quotidien. Elles permettent aussi d'accompagner et de former aux valeurs essentielles dans le travail.

M2i Formation a choisi de proposer des formations de qualité, accessibles à tous, dans les domaines suivants :

- > management des équipes et des personnes,
- > développement commercial,
- > achats,
- > gestion de projets,
- > accueil et relation clients,
- > communication orale et écrite,
- > développement personnel,
- > droit du travail et relations sociales,
- > comptabilité et fiscalité,
- > secteur public,
- > développement des compétences commerciales,...

Notre offre contribuera à l'enrichissement de la qualification de vos collaborateurs, nécessaire à la progression de votre entreprise.

M2i Formation développe pour vous les solutions Management pour préparer demain !

► Filière

▼ Sous filière

► Management des équipes et des personnes	p. 1
Management opérationnel.....	p. 4
Manager la diversité.....	p. 8
Organisation et performance.....	p. 11
Management éthique et responsable	p. 18
Entretiens et recrutement	p. 22
Développer son leadership.....	p. 25
► Développement commercial	p. 27
Management commercial	p. 30
Gestion de portefeuilles - prospection.....	p. 36
Négociation commerciale	p. 38
Vente sectorielle	p. 41
Efficacité commerciale.....	p. 43
Suivi commercial	p. 48
► Achats	p. 51
Les métiers achats	p. 53
Négociation achats	p. 55
Achats spécifiques marchés publics.....	p. 56
► Gestion de projets	p. 57
Méthodes et outils.....	p. 59
Référentiels et gouvernance.....	p. 68
► Relation client	p. 69
Accueil physique et téléphonique.....	p. 71
Gérer les relations difficiles.....	p. 76

Filière

▼ Sous filière

► Communication	p. 79
Communication écrite.....	p. 81
Communication orale	p. 85
Communication digitale et réseaux sociaux.....	p. 94
► Développement personnel	p. 97
Stress, équilibre personnel et bien-être au travail.....	p. 99
Confiance et affirmation de soi	p. 102
Connaissance de soi	p. 103
Organisation et gestion du temps.....	p. 105
Résoudre des situations difficiles	p. 108
Gestion des compétences.....	p. 109
► Droit du travail et relations sociales	p. 111
Formation des élus.....	p. 113
Qualité, santé, sécurité et environnement.....	p. 115
► Comptabilité et fiscalité	p. 123
Fiscalité de l'entreprise	p. 125
TVA et déclaration d'échange de biens	p. 128
Comptabilité, consolidation et normes IFRS.....	p. 129
► Secteur public	p. 133
Management & communication.....	p. 135
Marchés publics.....	p. 137
Dématérialisation.....	p. 143
Préparation concours	p. 145

▶ Avantages M2i

▶ Avantage N° 1 :

L'offre en Formation Informatique la plus complète du marché

- › 4 grandes thématiques métiers



Bureautique



Informatique



Multimédia



Management

- › 39 Filières et 147 sous-filières
- › 1200 solutions de formations métiers
- › 500 nouveaux programmes en 2015
- › Une offre mise à jour tout au long de l'année

▶ Avantage N° 2 :

Un panel exhaustif des outils et méthodes pédagogiques

- › Inter-entreprises
- › Formation Individualisée Tutorée
- › Intra-entreprise
- › Coaching
- › Formation à distance
- › E-learning
- › Classes virtuelles
- › Journées d'aide à la production
- › Conférences
- › Séminaires Etat de l'art

► Avantage N° 3 : Une couverture géographique inégalée

- › 35 centres détenus en propre
- › 210 salles de formations équipées
- › 2500 postes informatiques
- › Focus Parisien :
 - 3 nouveaux centres sur Paris
 - 3 lieux :
 - XII^{ème} arr.
 - XVI^{ème} arr.
 - Au coeur de La Défense
 - 66 Salles



► Avantage N° 4 : Une démarche pédagogique inédite et adaptée à vos besoins

- › 1 expert métier dédié pour chacune des 39 filières
- › 50 formateurs experts salariés
- › 1 équipe avant vente centralisée, à votre écoute
- › 1 pôle dédié pour vos projets d'envergure nationale
- › 1 veille technologique pour une mise à jour régulière de l'offre

▶ Avantage N° 5 :

Des certifications et partenariats éditeurs de hauts niveaux

- › **Microsoft** Gold Certified Partner
- › **Autodesk** Authorized Training Center et Autodesk Certification Center
- › **Apple** Authorized Training Center
- › **Adobe** Authorized Training Center
- › **Avid** Learning Partner Academic
- › **Aquafadas** Authorized Training Center
- › **LearnQuest** Education Partner
- › **Maxon** Training Provider

▶ Avantage N° 6 :

La validation de votre expertise

- › Centre de test Pearson Vue
- › Centre de test PCIE
- › Centre de test PROMETRIC
- › Centre de test Certiport
- › Centre de test TOSA
- › Centre de test Kryterion

▶ **Avantage N° 7 :**
Une équipe à votre écoute, avant tout



▶ M2i Formation, une palette de méthodes de formation

▶ Inter-entreprises

« Les inter-entreprises classiques »

À choisir, lorsque les besoins de formation correspondent aux contenus des cours décrits dans le « catalogue », sans besoins particuliers supplémentaires. Les formations inter-entreprises favorisent les échanges et la confrontation des points de vue. Elles permettent surtout de s'ouvrir aux pratiques des autres et de constituer un réseau relationnel enrichissant. M2i Formation propose un calendrier inter-entreprises spécifique à chaque région.

(retrouvez toutes nos dates sur www.m2iformation.fr).

▶ Formation Individualisée Tutorée

Une formation en groupe et pourtant individualisée.

Pendant ce type de formation, l'intervenant travaille individuellement avec chaque stagiaire en prenant en compte son rythme d'apprentissage, son niveau et ses attentes.

Les avantages de cette solution :

- › évite des contraintes de date ;
- › autorise une planification régulière ;
- › favorise l'expérimentation pratique ;
- › crée un parcours personnalisé ;
- › permet une forte implication du formateur ;
- › requiert des petits groupes (8 personnes maximum) ;
- › et établit un bilan des acquis.

▶ Intra-entreprise

Le « sur-mesure » de la formation

Une formation dédiée à vos collaborateurs, autour d'un contenu spécifique à votre entreprise.

Le stage intra-entreprise regroupe les salariés d'un niveau homogène d'une même société ayant le même besoin de formation. Cette formule permet de construire des parcours spécifiques afin de répondre aux attentes de transmission des savoirs, tout en tenant compte de la culture de l'entreprise. Les projets en intra-entreprise permettent de mettre en œuvre des solutions de mesure des résultats. Une évaluation à chaud est réalisée en fin de session qui évalue l'appréciation globale des participants et l'atteinte des objectifs. Une évaluation à froid peut être réalisée entre 3 et 6 mois après la formation. Grâce à une mise en situation, il est possible d'apprécier la qualité de l'acquisition des connaissances par la mesure des écarts entre le niveau initial et post-formation.

▶ Le coaching

Une formation personnalisée et optimisée au poste de travail

Un formateur vient dans votre entreprise et accompagne le stagiaire à son poste de travail. Par session de 2 à 3 heures, il travaille sur un cas concret qui sert d'exercice. Le formateur aide le stagiaire à analyser et rechercher des solutions ; il lui explique la méthode à suivre. Non seulement le stagiaire a acquis la compétence mais il a aussi travaillé sur un cas réel dans sa propre entreprise.

Pour le stagiaire, cette solution offre un gain de temps considérable, car il pourra mettre en œuvre immédiatement ce qu'il a appris. Cette solution répond aux contraintes de planning des salariés.

▶ Formation à distance

Une formation et un rythme d'apprentissage personnalisés

Cette formation interactive permet d'apprendre via Internet sans se déplacer. Le stagiaire peut aussi évaluer concrètement son niveau et ses besoins de formation, individualiser son cursus et optimiser la durée de la session. Cela lui permet aussi de travailler à son rythme, de n'aborder que les points vraiment utiles, de réviser autant de fois que nécessaire et de mesurer concrètement la montée en compétence. Cette méthode est souvent complétée par des ateliers thématiques.

▶ Le e-learning ou cours particulier à distance (formation One to One)

Cette méthode à distance peut être proposée après une formation traditionnelle sur laquelle le stagiaire souhaite un rappel ou un approfondissement. Cette solution permet de réduire les frais de déplacement et de gagner du temps.

▶ Les classes virtuelles

Ce type de formation permet de proposer une alternative aux formations faites en présentiel avec plusieurs avantages :

- › évite les déplacements ;
- › permet de se former sur des logiciels que l'on ne possède pas sur son ordinateur personnel ;
- › ouvre à des formations techniques, des MOC Microsoft, des cours avec serveurs et configuration réseau complexe... ;
- › ne nécessite pas un ordinateur performant. L'ordinateur du stagiaire ne sert qu'à visualiser celui de la salle virtuelle ;
- › autorise l'accès à sa salle de cours après la formation, pour s'entraîner, rejouer les ateliers pratiques...

▶ Les journées d'aide à la production

Capitaliser sur les savoirs et savoir-faire

M2i Formation a mis en place une méthode de formation totalement novatrice ayant pour objet d'optimiser la formation de vos collaborateurs sur leur outil de production.

Un consultant délégué dans votre entreprise accompagne votre collaborateur sur son poste de travail et travaille sur les cas concrets directement issus de votre environnement professionnel. L'intervenant a pour mission d'aider le stagiaire en analysant et recherchant des solutions. Son but est de lui enseigner la bonne méthode à suivre.

Non seulement, le stagiaire acquiert des compétences mais pourra ultérieurement reproduire ce qu'il a appris. Cette solution répond totalement aux contraintes de planning des salariés et permet d'optimiser totalement la formation.

▶ Conférences

M2i Formation conçoit des conférences ayant pour objet d'informer et sensibiliser des groupes de 20 à 200 personnes sur des sujets liés au quotidien de votre entreprise (accompagnement du changement, présentation de nouvelles technologies, présentation des réseaux sociaux...).

Ces conférences, construites sur mesure, permettent d'associer des messages d'entreprise liés à la thématique traitée. Ce type particulier de présentation rencontre un grand succès depuis plusieurs années, notamment auprès des grandes entreprises (nous avons déjà informé plusieurs milliers de personnes via cette méthode).

Le processus pédagogique comporte 4 étapes :

- › validation du contenu ;
- › préparation de la conférence et des documentations ;
- › validation du scénario et conférence pilote ;
- › déploiement de la conférence sur tous vos sites.

Grâce à notre large expertise, la mise en œuvre de cette conférence peut être initiée en quelques jours. Nos consultants conçoivent un support de conférence personnalisé ou un aide-mémoire qui sera remis aux participants.

▶ Séminaire Etat de l'art

M2i Formation crée des programmes état de l'art sur des thèmes d'actualités, animés par des experts. Panorama synthétique des domaines abordés, ces séminaires permettent de comprendre et d'appréhender les connaissances essentielles pour mener à bien vos projets et/ou vos prises de décisions.

Le Contrat Privilège

M2i, partenaire privilégié des entreprises, propose un contrat dans lequel sont définies les modalités d'un partenariat préférentiel.

Le Contrat Privilège M2i vous garantit la bonne exécution des prestations attendues et répond à toutes vos attentes :

- Analyse et évaluation des besoins, suivi de stage, etc.
- Tarifs dégressifs et sur-mesure adaptés à chaque organisation
- Pass 10, 30 ou 50, applicables à compter du 1er jour de stage

Pass M2i

Pass 10

Pour toute commande de **10 jours** dans les douze mois, **remise de 10%**

Pass 30

Pour toute commande de **30 jours** dans les douze mois, **remise de 20%**

Pass 50

Pour toute commande de **50 jours** dans les douze mois, **remise de 25%**

Contrôle qualité et garantie de satisfaction

Le Contrat Privilège s'inscrit dans la démarche qualité de M2i qui dispose d'un process d'évaluation permettant de suivre en temps réel les indicateurs qualité.

Simplification administrative et financière

Le Contrat Privilège centralisé permet à votre entreprise et à ses sociétés affiliées de bénéficier de conditions préférentielles sur toute la France.

Accord TPE/PME

Chez M2i Formation, les très petites, petites et moyennes entreprises bénéficient d'une remise de 20% pour toute inscription de 10 jours dans l'année.



Modalités pratiques

Accueil

Les stagiaires sont accueillis 30 mn avant le début du stage. Le formateur rappelle le déroulement de la formation, ses objectifs, son découpage pédagogique et fait connaissance avec le groupe.

Horaires

Nos formations sont dispensées du lundi au vendredi. Les stages débutent entre 9h00 et 9h30 selon les centres et se terminent entre 17h00 et 17h30, en inter-entreprises. Les horaires peuvent être modulés en fonction des éventuelles contraintes des participants avec une pause par demi-journée.

Niveau requis

Pour accéder à une formation M2i Formation, le stagiaire doit posséder le niveau requis indiqué dans la fiche programme. L'équipe pédagogique est à la disposition des stagiaires pour évaluer leur niveau avant le début de la formation.

Nombre de participants

Chaque session comprend 6 à 8 personnes maximum.

Nos intervenants

Tous nos formateurs sont des professionnels de l'informatique ou du multimédia. Ils allient expertise technique et qualités pédagogiques.

Support de cours

Un support de cours ou un manuel est remis à la fin de chaque stage inscrit au catalogue.

Matériel

Chaque stagiaire dispose d'un ordinateur connecté à Internet haut débit.
Des matériels additionnels peuvent être mis à disposition des stagiaires selon le type de formation.

Qualité de la formation

Une feuille d'évaluation est distribuée en fin de stage pour appréciation. Ces questionnaires nous permettent de mesurer le niveau de satisfaction des stagiaires sur le déroulement et le contenu de la formation (accueil, supports de cours, qualité des salles, qualité pédagogique du formateur...). Pendant toute la durée de la formation, chaque stagiaire peut s'adresser au responsable pédagogique pour lui faire part de ses remarques.

Repas

Les repas ne sont pas inclus dans le prix des formations ; toutefois, nous pouvons les organiser pour vous, sur demande.

Administratif

Inscription : utilisez le bulletin d'inscription disponible en fin de catalogue ou téléchargez ce document sur www.m2iformation.fr

Vous pouvez également contacter votre agence locale au 0 810 007 689. (Adresses et coordonnées complètes en fin de catalogue).

1 - Convocation :

Vous recevrez au plus tard une semaine avant le début du stage, une convocation précisant l'intitulé du stage et le lieu de la formation (un plan d'accès accompagne la convocation).

2 - Plans d'accès :

les plans d'accès de tous nos centres sont téléchargeables sur www.m2iformation.fr.

3 - Attestation de formation :

une attestation de suivi de stage est remise aux participants après la formation sur simple demande.

MANAGEMENT DES EQUIPES ET DES PERSONNES

Du sens des actions individuelles et collectives à l'efficacité opérationnelle.

Les formations M2i en management des équipes et des personnes ont pour but de travailler tous les aspects relationnels d'un encadrement de proximité. Leurs objectifs étant de permettre au manager de jouer pleinement son rôle de relais de la stratégie et d'acquiescer les clefs d'un management efficace et motivant de ses équipes.

M2i vous propose une large gamme de formations à visée opérationnelle : Motiver et accompagner son équipe, manager à distance, management du changement, gestion du temps... Après avoir suivi ces formations, le manager pourra ainsi mettre en place outils et méthodes pour animer et faire monter en compétences ses équipes.

Découvrez les 42 formations M2i à votre disposition comme autant de leviers de management et de facteurs d'efficacité professionnelle.

Nos experts



HÉLENE

Coach certifiée HEC, Hélène accompagne individuellement les cadres et managers en phase de changements.

Certifiée à la méthode Arc-en-Ciel, elle utilise cette approche pour les aider à mieux se connaître et à mieux comprendre les autres, tout en tenant compte de la situation.

Formée aux techniques et processus de médiation et à la Communication Non Violente, elle intervient dans les entreprises pour faciliter leurs relations internes et externes.



YANNIS

Psychologue de formation, ses intérêts et sa pratique professionnels ont d'abord porté sur l'accompagnement de l'individu.

Sa pratique en tant que formateur depuis maintenant 8 ans s'inspire profondément de son activité de consultant pour les PME, les grands comptes, les administrations : offrir une approche des besoins et des attentes réaliste et orientée «Solutions».

C'est dans cette logique qu'il anime des formations en management, en privilégiant systématiquement l'efficacité et la cohérence et en considérant la formation continue comme un enjeu stratégique de premier plan pour chaque organisation.



ÉLIANE

Après plusieurs années à des postes d'encadrement et de direction en Hôtellerie Restauration en Europe (Mövenpick, NOVOTEL, Générale de Restauration, Société des Hôtels de Bourgogne, BEST WESTERN, Relais du Silence,...), Eliane a fondé en Octobre 2002 le cabinet F3A Conseil.

Elle conseille les entreprises au travers de diagnostics organisationnels et stratégiques notamment dans le cadre de l'Economie Solidaire. Elle accompagne également des porteurs de projet (Atelier Femmes, PEEL,...)

Son expérience de 23 ans en formation et en ingénierie pédagogique lui permet d'animer des formations en management et communication.

Elle occupe également un poste de Maître de Conférences Associé à l'Université de Lorraine.

MANAGEMENT OPÉRATIONNEL	p. 4
Réussir sa prise de fonction de manager.....	p. 4
Manager vos équipes efficacement	p. 4
Management de proximité	p. 5
Manager à distance.....	p. 5
Management transversal.....	p. 6
Manager son équipe informatique	p. 6
Manager le changement.....	p. 7



MANAGER LA DIVERSITE	p. 8
Prévenir la discrimination	p. 8
Comprendre et manager l'intergénérationnel.....	p. 9
Manager les seniors	p. 9
Manager une équipe multiculturelle.....	p. 10
Manager des personnes en situation de handicap	p. 10

ORGANISATION ET PERFORMANCE	p. 11
Créer et renforcer la cohésion de son équipe	p. 11
La Process Com pour manager efficacement	p. 11
Savoir appliquer les méthodes du monde sportif.....	p. 12
Organisez le travail de votre équipe.....	p. 12
Savoir motiver ses équipes.....	p. 13
Savoir déléguer et responsabiliser efficacement.....	p. 13
Concevoir son tableau de bord.....	p. 14
Initiation à la PNL.....	p. 14
Dynamiser l'efficacité collaborative par le management de projet	p. 15
Dynamiser l'entreprise par le management par projet :	
choix stratégiques et arbitrages.....	p. 15
Managers : coachez vos équipes.....	p. 16
Managers : optimisez et améliorez vos écrits.....	p. 16
Managers : optimisez votre temps	p. 17
Animer efficacement un groupe de travail.....	p. 17



MANAGEMENT ETHIQUE ET RESPONSABLE p. 18

Management et gestion des conflits : améliorer les relations de travail au sein de son équipe.....	p.	18
Sensibilisation aux risques psychosociaux.....	p.	18
Conduites addictives en milieu professionnel : l'essentiel.....	p.	19
Prévenir les risques en alcoologie et addictologie en milieu professionnel.....	p.	19
Savoir développer le bien-être au travail.....	p.	20
Développer ses compétences managériales avec le co-développement professionnel.....	p.	20
Lean Management.....	p.	21



ENTRETIENS ET RECRUTEMENT p. 22

Utiliser les réseaux sociaux pour recruter.....	p.	22
Réussir l'entretien annuel d'évaluation.....	p.	22
Conduire un entretien professionnel.....	p.	23
La conduite d'entretien : véritable outil de management.....	p.	23
Recruteur : découvrir le potentiel d'un candidat.....	p.	24
Réussir l'intégration de nouveaux collaborateurs.....	p.	24



DÉVELOPPER SON LEADERSHIP p. 25

Développer son leadership de manager.....	p.	25
Leadership au féminin.....	p.	25
Développer son leadership en réunion.....	p.	26



MGOPE-MAN

Réussir sa prise de fonction de manager

A l'issue de ce stage, vous aurez acquis les outils indispensables pour une prise de fonction réussie.

DURÉE :	3 jours (21h)
TARIF :	Paris - 1785 € HT Province - 1785 € HT
DATES (de début de session) :	- 28/01 - 8/03 - 4/06 - 7/09 - 14/12 - Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
PUBLIC CONCERNÉ	Toute personne concernée par le management.
OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	- Diagnostiquer votre style de management - Maîtriser les techniques de communication - Mobiliser et motiver les membres de votre équipe - Conduire un entretien - Conduire une réunion et gérer les situations délicates - Connaître les techniques pour mieux gérer votre stress.

- **MIEUX SE CONNAÎTRE POUR IDENTIFIER SON STYLE DE MANAGEMENT**
 - Les messages contraignants qui influencent les comportements
 - Décoder l'image perçue par les interlocuteurs et la valoriser
 - Adapter son style de management en fonction des situations
 - Trouver sa légitimité
 - Etre congruent
 - Autodiagnostic : connaître son style de management
- **LES FONDAMENTAUX DE LA COMMUNICATION**
 - La synchronisation
 - Le verbal et le non-verbal
 - L'écoute active et la reformulation
 - L'attitude gagnant - gagnant
- **SAVOIR CONDUIRE UN ENTRETIEN**
 - Etre responsable
 - Fixer un cadre
 - Faire un feedback constructif
 - Favoriser la coopération
- **SAVOIR ANIMER UNE RÉUNION**
 - Préparer la réunion
 - Techniques d'animation
 - Recadrer
 - Gérer le temps
- **MOBILISER SON INTELLIGENCE ÉMOTIONNELLE**
 - Reconnaître et utiliser ses émotions et celles de ses collaborateurs
 - Manager les émotions collectives

- **GÉRER LES SITUATIONS DIFFICILES**
 - Repérer les signes de tension
 - Adopter un comportement assertif
 - Utiliser la communication non violente
- **SAVOIR MOTIVER**
 - Transmettre des objectifs avec conviction
 - Donner des signes de reconnaissance
 - Créer une ambiance et des outils de motivation stimulants
 - Responsabiliser
- **PRENDRE SOIN DE SOI**
 - Maîtriser son stress
 - Gérer son temps
 - Adopter une bonne hygiène de vie
 - Rester en accord avec ses valeurs
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud



MGOPE-EQUI

Manager vos équipes efficacement

A l'issue de ce stage, vous disposerez de l'ensemble des outils fondamentaux utilisables dans le management d'équipe au quotidien, pour mobiliser efficacement, se positionner en tant que manager-coach, améliorer votre capacité de décision et arbitrer les situations dégradées.

DURÉE :	2 jours (14h)
TARIF :	Paris - 1190 € HT Province - 1190 € HT
DATES (de début de session) :	- 22/01 - 7/04 - 6/07 - 29/10 - Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
PUBLIC CONCERNÉ	Managers hiérarchiques, managers fonctionnels, managers transversaux, chefs de projets.
OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	- Développer une pratique de management qui vise à favoriser l'initiative, l'autonomie, la responsabilité des collaborateurs - Accroître la cohésion de l'équipe en développant un système de communication et des relations plus efficaces.

- **LE PROJET D'ÉQUIPE ET L'ORGANISATION**
 - Les valeurs de l'entreprise, la culture d'entreprise
 - Les règles, contrats, fonctions au sein de l'équipe
 - Le profil de l'équipe : l'identification des savoirs faire
 - La fixation d'objectifs
 - L'analyse des moyens
 - Le contrôle (s'assurer que les tâches ont été bien comprises et correctement effectuées)
- **LE DÉVELOPPEMENT D'UNE ÉQUIPE RESPONSABLE**
 - Les principes d'animation d'une équipe
 - Les profils des collaborateurs et style d'animateur : les facteurs de motivation, les facteurs d'ambiance, les facteurs valorisants
 - Les conditions que facilitent la motivation : les 7 règles pour constituer une équipe motivée
 - Les outils de travail collaboratif
 - L'animation par la délégation, l'animation par le coaching, l'animation par la communication
 - Les styles de management et de leadership
- **LES RELATIONS ENTRE LES COMPOSANTES DE L'ÉQUIPE**
 - Les techniques de l'écoute active
 - Observation
 - Questionnement
 - Rétroaction
 - Négociation
- La gestion des tensions interpersonnelles
- Typologies de comportements rencontrés
- Réactions
- Traitement de l'erreur
- Critiques constructives
- Les signes de reconnaissance
- La capacité à influencer et à convaincre
- L'affirmation de son autorité : savoir donner un ordre
- **LES OUTILS DE DÉVELOPPEMENT DES RELATIONS ET DE L'AUTONOMIE**
 - L'élaboration de plans d'actions et de tableaux de bord
 - Les entretiens de suivi d'activités
 - Les entretiens de recadrage : formuler une remarque, une critique
 - Les entretiens « minute » : félicitation, réprimande
 - Mises en situation filmées



MGOPE-PROX

Management de proximité

A l'issue de ce stage, vous saurez mettre en œuvre l'ensemble des comportements indispensables au management de proximité : communiquer efficacement sans manipuler, mobiliser collectivement autour d'enjeux opérationnels et piloter par le biais de délégations productives.

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 5/02 - 13/04 - 24/08 - 14/12 -

Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Managers de proximité, responsables de service, chefs d'équipe et chefs de projets en situation de Management vertical ou transversal.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Vous positionner comme manager de votre équipe
- Augmenter votre pouvoir de persuasion
- Développer des comportements de coopération
- Vaincre les résistances et gérer les situations difficiles.

■ INTRODUCTION

- Prise de contact, présentation et consolidation des objectifs des participants
- Production de groupe sur les qualités d'un bon manager
- Feuille de route et programme de la session de formation

■ MANAGER, C'EST AVANT TOUT COMMUNIQUER

- Les ressorts d'une communication aidante
- Nos quatre états
- Techniques de reformulation
- Cas particulier des situations conflictuelles

■ MANAGER, C'EST MOTIVER

- Les piliers de la motivation
- Le « Pourquoi » et le « Comment »
- Savoir donner des signes de reconnaissance
- Cas particulier des jeunes générations (Y et Z)

■ MANAGER, C'EST VENDRE ET NÉGOCIER

- Techniques de négociation
- Reverse-selling ou l'art de faire s'engager l'autre
- Convaincre n'est pas manipuler
- Obtenir un engagement durable

■ MANAGER, C'EST GÉRER LE TEMPS ET LES RÉSULTATS

- Les consommateurs de temps
- La conduite de réunions efficaces
- Savoir déléguer / contrôler
- Orienter son équipe sur le résultat, l'esprit client

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en œuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



MGOPE-DIS

Manager à distance

A l'issue de ce stage, vous serez capable de comprendre les spécificités du management à distance et d'assurer la cohésion de vos équipes.

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 26/01 - 27/04 - 23/07 - 26/11 -

Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Managers et chefs de projets.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Equilibrer les communications technologiques et humaines
- Gérer l'équipe par la communication électronique
- Stimuler les collaborateurs à distance
- Mettre en place une organisation de travail qui permette de gagner en productivité.

■ APPRÉHENDER LES SPÉCIFICITÉS DU MANAGEMENT À DISTANCE

- Les exigences du travail à distance
- Les besoins des collaborateurs hors site
- L'entretien du sentiment d'appartenance

■ IDENTIFIER LE « STYLE DE COMMUNICATION » DES MEMBRES DE SON ÉQUIPE

- Les 4 profils comportementaux et leurs caractéristiques
- Le mapping de son équipe
- L'utilisation de cet outil pour adapter son mode de communication (et son média)

■ OPTIMISER LA CIRCULATION DE L'INFORMATION DANS SON ÉQUIPE

- L'influence de la circulation de l'information sur la productivité et l'ambiance d'un groupe
- Les réseaux de communication
- Le schéma sagittal de la circulation de l'information dans son équipe
- Le réseau « informel » en complément

■ ACQUÉRIR LES OUTILS POUR ORGANISER LE TRAVAIL À DISTANCE

- Les missions et les objectifs de chacun et de l'équipe
- Les modes de communication et le rythme des relations à l'intérieur de l'équipe et au sein de l'entreprise
- La définition des règles de fonctionnement de l'équipe à distance
- Les outils de suivi et les tableaux de bord

■ OPTIMISER L'AFFECTATION DES TÂCHES

- Le fondement d'une équipe focalisée sur la performance : la satisfaction client
- La construction de la matrice d'activité de son équipe
- L'utilisation du levier de la délégation

■ OPTIMISER L'UTILISATION DES OUTILS DE COMMUNICATION À DISTANCE

- Le recensement des outils de travail collaboratif à disposition : wikis, réseaux sociaux, blogs, messagerie instantanée
- Les astuces d'utilisation de sa messagerie
- Le cadrage de l'utilisation de ces outils : « les règles du jeu »

■ DÉCODER LA COMMUNICATION ÉCRITE

- Les fréquentes erreurs d'interprétation des messages
- Le feedback émotionnel derrière l'écrit d'un collaborateur

■ AVOIR DES REPÈRES POUR GÉRER LES SITUATIONS DÉLICATES À DISTANCE

- L'isolement des équipes
- L'intégration des nouveaux collaborateurs



MGOPE-TRANS

Management transversal

A l'issue de ce stage, vous saurez vous positionner dans votre rôle de manager transversal, en ayant identifié les bases de votre légitimité et gagné en capacité d'influence, pour mobiliser sans lien hiérarchique autour d'une valeur produite commune.

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 26/02 - 26/05 - 12/10 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne ayant à conduire, manager et animer un groupe de travail.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Renforcer votre légitimité et votre crédibilité en tant que manager transverse
 - Vous approprier les outils et les comportements clés
 - Développer une communication persuasive et une dynamique de coopération
 - Définir les résultats voulus dans une optique gagnant-gagnant
 - Gérer efficacement les comportements difficiles pour surmonter la résistance ou l'inertie des autres.

■ LES ENJEUX DU MANAGEMENT TRANSVERSE

- Les différents types de transversalité et les rôles clés
- Les caractéristiques du management transversal
- Les conditions de réussite
- La coopération

■ LE PILOTAGE D'UNE MISSION TRANSVERSALE

- Identifier les parties prenantes impliquées dans la mission
- Évaluer les impacts de la mission sur les acteurs concernés
- Obtenir et maintenir l'engagement des équipiers hors hiérarchie
- Définir et faire partager les objectifs (argumenter sur les moyens liés aux objectifs)
- Instaurer les règles du jeu et clarifier les responsabilités
- Mettre en place une communication efficace
- Générer des attitudes d'ouverture
- Gérer les différentes phases de production
- Maintenir une dynamique constructive, apprendre à mutualiser les compétences transversales

■ VOTRE STYLE DE COMMUNICATION

- Diagnostic de votre système de communication
- Développer son assertivité (affirmation de soi)
- Obtenir l'appui, l'adhésion et l'engagement
- Les techniques de l'écoute active
- La gestion des tensions interpersonnelles

■ LE LEADERSHIP : MOBILISER SANS AUTORITÉ HIÉRARCHIQUE

- Créer un climat facilitant l'adhésion, la responsabilisation et la confiance
- Étendre son influence au delà des limites de la résistance au changement
- Connaître les différentes formes de pouvoir et les différentes façons de renforcer sa crédibilité

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



MGOPE-EQUIP

Manager son équipe informatique

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 19/03 - 30/07 - 12/11 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne ayant à diriger une équipe ou un service informatique.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Distinguer les particularités d'une équipe informatique
 - Adopter des styles d'animation distincts
 - Développer le potentiel de votre équipe informatique
 - Mettre en place des outils et instances de pilotage.

■ LE POSITIONNEMENT DE LA DSI DANS L'ENTREPRISE

- Déterminer les objectifs de la DSI / la stratégie de l'entreprise
- Distinguer la Maîtrise d'Ouvrage (MOA), la Maîtrise d'Oeuvre (MOE) et l'Assistance à Maîtrise d'Ouvrage (AMO)
- Identifier les postes techniques et organisationnels autour des systèmes d'informations
- Encadrer des intervenants internes et des intervenants externes
- Maîtriser la gouvernance multi-projets

■ ADAPTER SON STYLE D'ANIMATION

- Cerner les rôles de technicien, animateur, et stratège du DSI
- Maîtriser les deux dimensions du management (technique et relationnel)
- Développer son management situationnel
- Connaître ses collaborateurs (compétences / motivations)
- Déléguer par la gestion des niveaux d'autonomie

■ DÉVELOPPER LE POTENTIEL DE SON ÉQUIPE

- Elaborer un plan de développement cible du service
- Etablir la matrice de polyvalence
- Définir les plans de progrès individuel (formation et accompagnement)
- Adopter l'approche coaching (G R O W)
- Mobiliser son équipe (motivation et stimulation)

■ PILOTER SON SERVICE

- Construire le système de pilotage et de reporting
- Organiser les instances de services et de projets (points, réunions, comités)
- Elaborer le tableau de bord du service
- Organiser les plans d'action et le système de suivi associé
- Mettre en place les outils de communication intra et inter service

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

MGOPE-CHT

Manager le changement

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 9/03 - 8/06 - 3/09 - 7/12 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Encadrer une équipe depuis au moins un an.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne qui encadre une équipe.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Resituer le changement dans votre contexte
 - Anticiper les risques et détecter les leviers
 - Impulser le changement comme une opportunité de progrès.

- **POURQUOI L'ENTREPRISE CHANGE T-ELLE ?**
 - Les enjeux du changement
- **QUELLES RÉACTIONS FACE AU CHANGEMENT ?**
 - Les freins liés au changement / les croyances / les méfiances
 - Les positions des différents acteurs du changement
- **QUEL EST LE PROCESSUS DU CHANGEMENT ?**
 - Une approche systémique (les changements organisationnels et les changements comportementaux)
 - Les étapes du changement
- **QUELLES SONT LES CONDITIONS DU CHANGEMENT ?**
 - Passer de la résistance à la résilience
 - La créativité individuelle et collective
- **QUEL EST LE RÔLE DU MANAGER ?**
 - Accompagner le changement
 - Mobiliser
- **COMMENT MANAGER LE CHANGEMENT ?**
 - L'approche contextuelle : une question d'éthique
 - Les fondamentaux du changement
- **QUELS LEVIERS POUR FAVORISER LE CHANGEMENT ?**
 - La conduite humaine du changement
 - Plan d'action
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

“ Nos formateurs et consultants sont experts dans leur domaine. Nos programmes de formation sont conçus par notre équipe pédagogique dans le cadre d'une méthodologie ayant pour objectif de rendre les participants opérationnels dès leur retour en entreprise. Chaque intervenant allie expertise technique et compétence pédagogique. ”



MGDIV-DISC

Prévenir la discrimination

DURÉE :	2 jours (14h)
TARIF :	Paris - 1190 € HT Province - 1190 € HT
DATES (de début de session) :	- 2/02 - 23/04 - 17/08 - 21/12 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr	
PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
PUBLIC CONCERNÉ	DRH, RRH, collaborateurs de la fonction RH, managers, responsables d'unité ou service.
OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	<ul style="list-style-type: none"> - Définir la notion de discrimination - Repérer les situations relevant de ces risques - Traiter au quotidien ces problématiques - Mettre en oeuvre un processus de prévention et de sensibilisation - Mettre en oeuvre une réelle politique de diversité.

■ DISCRIMINATION : DE QUOI PARLONS-NOUS ?

■ ANALYSER LA PERCEPTION DE LA DISCRIMINATION ET MAÎTRISER LE CADRE JURIDIQUE

- Définir les notions
 - Diversité
 - Discrimination
 - Différence
 - De quoi parle-t-on ?
- Préciser et comprendre les différentes formes de diversité
 - Age, genre, origine
 - Handicap
 - Opinion syndicale et/ou politique...
- Repérer les stéréotypes et analyser les représentations
 - Stéréotype et préjugé : dimension cognitive et comportementale
 - Rencontrer ses propres stéréotypes : approche systémique et «vision du monde»
- Connaître l'environnement juridique
 - Le contexte légal en France, la loi du 16 novembre 2001
 - Comprendre les risques de poursuites au conseil des Prud'hommes et au pénal
 - Les 16 (voire 18) motifs de discrimination retenus par la loi

■ ÉVALUER LES IMPACTS SUR LA POLITIQUE RH ET LES PRATIQUES MANAGÉRIALES

- Analyser les données internes sur ce thème
 - Rapport égalité Homme / Femme
 - Bilan social, enquête de climat social interne...
- Faire le point sur les dispositions les plus souvent proposées dans un accord sur ce sujet
- Définir des engagements
 - Charte de la diversité
 - Label égalité...

■ MANAGER LA DIVERSITÉ DANS TOUTES SES DIMENSIONS

- Comprendre les spécificités de la diversité dans son environnement professionnel
 - Des problématiques variées et complexes
 - Diagnostic des spécificités dans son entreprise
- Intégrer la diversité : les situations sont explorées en fonction des problématiques soulevées par le groupe, par exemple...
- Recruter : un processus exposé au risque de discrimination
 - Gérer les différences d'identité et culture «métier»
 - Gérer les différences de génération (seniors, génération Y)
- Repérer les attitudes discriminantes et promouvoir l'égalité
 - Grille de repérage
 - Outils pour formaliser un engagement

■ PARTAGER UNE CONCEPTION POSITIVE DES DIFFÉRENCES ET CRÉER UNE COHÉSION

- Construire une identité d'équipe équilibrée et pondérée
 - Apprendre à passer du «Je» au «Nous» pour travailler ensemble
- Construire un «sens» partagé
 - L'influence du cadre de référence et des valeurs communes
 - L'importance des règles de fonctionnement
 - Le respect des différences et des compétences relatives / absolues au sein de l'équipe

■ CRÉER DES LEVIERS DE MOTIVATION ET DE PERFORMANCE

- Accompagner la synergie au sein des équipes (et plus largement de l'entreprise) et soutenir la performance
 - L'importance de la définition des objectifs
 - L'importance en termes de cohérence (engagement) et de cohésion (relation) du groupe
- Donner des feedbacks constructifs
 - Intégrer les signes de reconnaissance
 - Les utiliser selon les différences
- Sortir des conflits par l'intégration des différences
 - Gérer les tensions et lever les freins : traiter les objections et les critiques, faire valoir un point de vue différent et maintenir une relation de valeur ajoutée
 - Concilier les différences et s'affirmer en médiateur / arbitre / décisionnaire

■ EXERCICE PRATIQUE : FOCUS SUR L'ÉGALITÉ HOMME / FEMME (3 HEURES)

■ ÉVALUER LES PHÉNOMÈNES D'INCLUSION ET D'EXCLUSION DANS UNE SITUATION DE COLLABORATION D'ÉQUIPE

- Identifier les situations ressenties comme discriminatoires
 - Propos, comportements
 - Communications écrites et orales
 - Ratio traitement salarial
 - Evolution professionnelle / compétences / missions
 - Poids de la culture d'entreprise et de l'identité sectorielle d'activité
- Prendre conscience des comportements d'exclusion

■ TRAVAUX PRATIQUES

Comprendre, par le jeu de représentations, les risques de discrimination au quotidien

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

MGDIV-GEN

Comprendre et manager l'intergénérationnel

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 3/02 - 4/05 - 2/11 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Managers ou encadrants ayant sous leur responsabilité des collaborateurs issus de la génération Y.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Prendre en compte les différences comportementales et s'appuyer dessus pour adapter son management
 - Revisiter les techniques managériales et valider leur intégration
 - Animer une réunion
 - Recadrer (erreur, faute)
 - Savoir remobiliser
 - Conduire les entretiens (évaluation, délégation, objectifs)
 - Adapter de façon naturelle les différents modes de management (outils, méthodes et postures) pour générer la motivation des jeunes et prévenir les conflits
 - Accompagner les managers Y.

■ COMPRENDRE LA GÉNÉRATION Y

- Pratique du management « agile »

■ PRÉSENTATION DES DIFFÉRENTES GÉNÉRATIONS

- Caractéristiques, fonctionnement, motivations, mode de communication...

■ QUEL TYPE DE MANAGER ÊTES-VOUS ? (ENJEUX - FONCTIONS - OBJECTIFS...)

- Identifier les bonnes pratiques
- Quelles difficultés avec la génération Y ?
- Les options du manager

■ RESPONSABILITÉ - AUTORITÉ

- Se positionner
- Communiquer

■ TECHNIQUES DE MANAGEMENT SPÉCIFIQUES POUR ÊTRE PLUS EFFICACE

- Fixer les règles, objectifs
- Animer au quotidien, déléguer
- Recadrer, valoriser...
- Comment les mobiliser ?
- Techniques (stand up meeting...)
- Différences (opportunités de changement)

■ DONNER DU SENS ET GÉNÉRER L'ADHÉSION

- Savoir convaincre, index de computation, niveaux logiques
- Besoins / valeurs / enjeux
- De la collaboration à la coopération
- Manager en situation de changement

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

MGDIV-SEN

Manager les seniors

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 30/03 - 1/06 - 1/10 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Managers ayant sous leur responsabilité des collaborateurs seniors.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Se positionner et adopter une posture managériale adaptée face aux seniors
 - Favoriser l'implication et la motivation des seniors
 - Créer les conditions de la transmission et de la capitalisation des savoirs.

■ IDENTIFIER LES ENJEUX DE LA TRANSMISSION DES SAVOIRS

- Identifier ma relation au pouvoir du savoir
- Reconnaître l'expérience
- Capitaliser les savoirs
- Choisir la posture adaptée de tuteur, mentor, formateur ou de coach
- Créer un lien intergénérationnel
- Contribuer à la socialisation
- Faciliter l'intégration des plus jeunes

■ COMPRENDRE LA PROBLÉMATIQUE DES SÉNIORS

- La relation au travail
- La relation à l'entreprise
- La relation à l'autorité

■ LES TALENTS DÉVELOPPÉS PAR LES SÉNIORS

- Adaptation
- Interprétation des situations
- Collaboration

■ ADOPTER UNE POSTURE ADAPTÉE FACE AUX COLLABORATEURS SÉNIORS

- Identifier ses freins et ses atouts personnels dans la relation avec les seniors
- Assoir sa légitimité de manager
- Clarifier sa valeur ajoutée vis-à-vis de ses collaborateurs : éviter le piège de l'expert
- Porter un regard positif et sortir d'un regard stéréotypé

■ MANAGER LES SÉNIORS AU QUOTIDIEN

- Établir la confiance dans la relation
- Prendre appui sur les compétences et l'expérience
- Valoriser l'expertise et la connaissance de l'entreprise
- Favoriser la transmission des savoirs
- Créer les conditions de l'implication et de la motivation des seniors

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

MGDIV-MCUL

Manager une équipe multiculturelle

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 12/03 - 2/07 - 19/10 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne amenée à manager des équipes multiculturelles.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Prendre conscience des différences culturelles et de leur impact sur les pratiques managériales
 - Développer une capacité de décentration culturelle par une réflexion sur sa propre identité culturelle et sur ses connaissances d'autres cultures
 - Comprendre les valeurs et comportements culturels pour désamorcer les tensions et prévenir les conflits
 - Valoriser la diversité pour instaurer une véritable cohésion d'équipe.

■ LA DIVERSITÉ CULTURELLE ET L'ENTREPRISE

- Pourquoi les entreprises s'y intéressent ?
- Sens, avantages et risques d'une équipe multiculturelle

■ LES CONNAISSANCES NÉCESSAIRES POUR GÉRER LA DIVERSITÉ

- Définition de la culture et implication dans le monde professionnel
- Prise de conscience de son propre bagage culturel et de son mode de fonctionnement par défaut
- La multiplicité des perceptions et des interprétations selon la culture pouvant conduire à des malentendus culturels
- Le choc culturel

■ DÉSAMORCER LES TENSIONS MULTICULTURELLES (SELON E.T. HALL)

- Les tensions liées au temps
- Les tensions liées au contexte
- Les tensions liées à l'espace

■ L'IMPACT DES DIMENSIONS CULTURELLES SUR LA GESTION D'UNE ÉQUIPE

- Un outil performant : les dimensions de la culture selon G. HOFSTEDÉ
- Gérer un changement dans les différentes cultures : cultures du contrat, de l'honneur, du consensus
- Gérer les conflits résultant de l'intolérance et de la méconnaissance

■ DIRIGER UNE ÉQUIPE MULTICULTURELLE

- Les critères d'intégration dans une équipe multiculturelle
- Créer les conditions favorables à l'efficacité des uns et des autres : être un manager rassembleur
- Plusieurs types de management existent, lequel adopter ?
- Les six étapes de la gestion d'une équipe multiculturelle

■ COMPÉTENCES ET PROFIL COMMUNICATIONNEL DU MANAGER

- Les compétences nécessaires pour manager la diversité
- La communication, élément clé pour renforcer ce qui contribue à développer des relations réussies
- Quelques pièges de la communication non-verbale
- Points de repères par culture pour mieux orienter ses actions

MGDIV-HCAP

Manager des personnes en situation de handicap

- **DURÉE :** 1 jour (7h)
- **TARIF :** Paris - 650 € HT
Province - 650 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 25/02 - 20/05 - 26/08 - 18/11 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Managers qui ont ou qui vont manager un collaborateur en situation de handicap.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Comprendre et analyser les clichés et inquiétudes liées au handicap
 - Stimuler l'intégration de travailleurs en situation de handicap
 - Adopter des modes de communication adaptés
 - Gérer la situation de management au quotidien : évolution, évaluation, encadrement.

■ COMPRENDRE ET APPRÉHENDER LE HANDICAP

- Définir les représentations du handicap
- Définition légale du handicap
- Connaître le contexte légal et les règles d'accessibilité

■ LES SITUATIONS DE COMMUNICATION : « QU'EST-CE QUE J'AI LE DROIT DE DIRE, QU'EST-CE QUE JE PEUX FAIRE »

- Elaborer un schéma de communication cohérent
- Déterminer les motivations et enjeux pour le salarié en situation de handicap
- Travailler sur les peurs mutuelles
 - Pour son équipe
 - Pour soi
 - Pour son collaborateur en situation de handicap
- Les situations managériales à éviter

■ MANAGER AU QUOTIDIEN ET ÉLABORER UN PROGRAMME D'INTÉGRATION

- Plusieurs types de management existent, lequel adopter ?
- Lever les résistances et les obstacles à une bonne intégration
- Analyser les conditions de travail et identifier leurs particularités
- Réorganiser les tâches, compenser le handicap : savoir se faire accompagner
- Charge de travail et fixation d'objectifs adaptés
- Créer les conditions favorables à l'efficacité des uns et des autres : être un manager rassembleur

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

MGORG-COH

Créer et renforcer la cohésion de son équipe

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 2/04 - 27/08 - 2/12 -

Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ **PUBLIC CONCERNÉ**
Managers ayant un lien hiérarchique direct avec leurs collaborateurs.

■ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**

- Utiliser au mieux les compétences de chacun
- Améliorer les résultats individuels et collectifs
- Vous adapter en tant que manager aux besoins de l'équipe
- Mettre en place les outils de cohésion.

■ LA COHÉSION D'ÉQUIPE

- Création et développement d'un groupe : les 4 étapes
- Comprendre les comportements de groupe
- L'interdépendance entre individus et équipe

■ COMMENT MAINTENIR LA COHÉSION D'UN GROUPE

- Les 4 processus
 - Ouverture
 - Inclusion
 - Confiance
 - Validation
- Quelles actions mener dans chaque processus

■ LA COMMUNICATION ET SON IMPACT

- La notion de point de vue
- Se comprendre

■ LE BILAN OBJECTIF

- Quelles questions ?
- Quelles activités choisir pour faire ce bilan ?
- Reformulation des réponses

■ DÉFINIR LES PLACES ET LES RÔLES DE CHACUN

- Le modèle de BELBIN
- Les 3 rôles préférés de chacun
- Répartition des rôles

■ DÉFINIR UN PROJET DE SERVICE

- La mission du service et sa raison d'être
- La vision (l'avenir du service)
- Les conditions de bonne formulation d'un projet
- Le «slogan»

■ CONSTRUIRE UNE CHARTE D'ÉQUIPE

- Les valeurs et ce qui motive les actions de chacun
- Les équivalences concrètes
- Construire une charte de valeurs en 5 étapes
- Test de la charte
- Mise à jour si nécessaire

■ LA MÉTHODE DES «6 CHAPEAUX» DE LA RÉFLEXION

- Pourquoi séparer la réflexion en six ?
- Les «6 chapeaux»
 - Description
 - Contexte d'utilisation

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

MGORG-PCOM

La Process Com pour manager efficacement

■ **DURÉE :** 3 jours (21h)

■ **TARIF :** Paris - 1785 € HT
Province - 1785 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 24/03 - 11/06 - 16/09 -

Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ **PUBLIC CONCERNÉ**
Managers et cadres.

■ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**

- Mieux vous connaître
- Mieux connaître vos collaborateurs
- Améliorer votre communication
- Gérer votre stress
- Gérer les conflits et désaccords.

A l'issue de ce stage, vous aurez acquis les bases de la Process Com qui vous permettront de manager efficacement vos équipes grâce A une meilleure compréhension de l'autre et A une communication adaptée permettant le développement et le maintien d'une relation professionnelle profitable.

■ LES BASES DE «LA PROCESS COMMUNICATION»

- La structure de personnalité
- Les 6 types de personnalité
 - Leurs caractéristiques
 - Leurs manières de communiquer
- Inventaire de personnalité

■ IDENTIFIER DES PROFILS

- Les indices comportementaux de nos interlocuteurs
- Les difficultés de la communication selon les profils

■ ADAPTER SA COMMUNICATION À CHACUN DES PROFILS DE SON ÉQUIPE

- Les facteurs de motivation et de démotivation (les besoins psychologiques)
- Les manifestations de ces besoins
- Pourquoi et comment y répondre ?
- Adapter sa communication

■ LES PROBLÈMES DE COMMUNICATION AU SEIN D'UNE ÉQUIPE

- Le facteur stress
- Comprendre les comportements liés au stress de chaque membre de l'équipe

■ ENTRETENIR LA COMMUNICATION

- Identifier, prévenir et gérer les conflits
- Adapter sa communication en fonction des profils de chacun

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



MGORG-SPOR

Savoir appliquer les méthodes du monde sportif

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 16/03 - 22/10 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Managers, responsables et chefs de projets.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Motiver votre équipe
 - Etablir des critères de performance individuels et collectifs
 - Communiquer différemment
 - Créer et entretenir des relations différentes
 - Optimiser le potentiel de chacun.

■ EQUILIBRE GÉNÉRAL DE LA PERFORMANCE

- Energie physique
- Energie mentale
- Compétences mentales
- Compétences techniques
- Approche collective de l'équilibre
- Approche et démarches individuelles

■ CRÉER ET ENTRETENIR LA MOTIVATION

- La constitution d'une équipe
- Donner du sens : un objectif commun
- Construire des valeurs communes
- Définir le cadre et les règles
- Echanger, partager
- Partager le succès
- Le feedback : le donner, le recevoir

■ COMMUNIQUER DIFFÉREMMENT

- Comment se motive un sportif de haut niveau ?
- Les bases de la motivation
- L'entraîneur : son impact
- Créer des images mentales via la communication
- Développer l'écoute
- Faire la différence entre objectifs et résultats
- Exclure de la communication tout ce qui n'est pas constructif

■ CRÉER ET ENTRETENIR DES RELATIONS DIFFÉRENTES

- L'écoute et la compréhension : des moyens pour établir la confiance
- La relation entraîneur / joueur
 - La place et le rôle de chacun
 - Entretenir la relation

■ OPTIMISER LE POTENTIEL DE CHACUN

- Rester à l'écoute des préoccupations de chacun
- Construire ensemble des solutions
 - Amener la personne à réfléchir par elle-même
 - Gérer les émotions
 - Savoir recadrer
 - Créer de l'engagement

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

MGORG-EQUI

Organisez le travail de votre équipe

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 19/02 - 10/12 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Managers et chefs d'équipes.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Comprendre le fonctionnement d'une équipe
 - Améliorer la gestion du temps
 - Optimiser la communication
 - Gérer les conflits.

A l'issue de ce stage, vous serez capable d'organiser au quotidien le travail de votre équipe grâce A l'acquisition d'outils et de méthodes.

■ LE FONCTIONNEMENT D'UNE ÉQUIPE

- Bases du fonctionnement d'un groupe
- Les attentes et besoins : de chacun et du groupe

■ GESTION DU TEMPS (DU MANAGER ET DE L'ÉQUIPE)

- Auto-diagnostique
 - Points forts
 - Points faibles
 - Identifier les freins
 - Lister les axes d'amélioration
 - Quantifier les différentes activités

■ ORGANISER L'ACTIVITÉ DE L'ÉQUIPE

- Définir des objectifs : individuels et collectifs (SMART)
- Mettre en place les plans d'action
- Assurer le suivi
- Faire le bilan des résultats

■ OPTIMISER LE TEMPS

- Définir des priorités
- Le principe d'EISENHOWER : un moyen pour classer les activités
- Les bases de l'organisation efficace

■ GÉRER LE CHANGEMENT

- Les étapes clés du changement
- Communiquer en amont
- Obtenir l'adhésion

■ OPTIMISER SA COMMUNICATION

- Créer des temps d'échanges
- S'affirmer
- Développer l'écoute active
- Utiliser les questions
- Reformuler
- Apprendre à refuser
- Apprendre à demander

■ GÉRER LES CONFLITS

- Les facteurs déclencheurs
- Le triangle de KARPMAN
- Gérer les émotions : les siennes et celles de l'autre

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



MGORG-MOT

Savoir motiver ses équipes

A l'issue de ce stage, vous maîtriserez les enjeux de la motivation individuelle / collective et disposerez des leviers pour fédérer votre équipe autour d'objectifs communs.

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 16/02 - 15/06 - 1/12 -

Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Managers, chefs de service, responsables de projets et toute personne ayant à encadrer une équipe.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Mieux comprendre ses collaborateurs
- Mettre en place des outils opérationnels pour manager une équipe
- Mettre en place une collaboration efficace entre les membres de l'équipe.

■ QU'EST-CE QU'UNE ÉQUIPE ?

- Les différents stades de développement
- «Modélisation» des équipes performantes
- Enjeux de l'équipe et enjeux du manager : comment les concilier ?

■ COMMENT «MENER LA BARQUE» ?

- Définir la vision et l'objectif à atteindre ensemble
- Poser le cadre : définir les règles
- Poser le cadre de la fonction du «capitaine» : arbitrage, prise de décision
- Obtenir l'adhésion de tous sur tous ces points

■ DÉVELOPPER LE POTENTIEL DE L'ÉQUIPE VIA LA COLLABORATION

- Favoriser la communication
- Concilier et valoriser réussites collectives et contributions individuelles
- Créer des moments d'échange et d'ouverture
 - Sortir du cadre habituel de fonctionnement pour renforcer les liens
 - Développer les compétences d'écoute de chacun
 - Se servir des différences et des désaccords pour créer du neuf
 - Team Building et cohésion d'équipe : quelles différences ?

■ MOTIVATION ET ACTION

- L'objectif de l'équipe : un moyen pour avancer
- La reconnaissance : collective et individuelle
 - La donner
 - La recevoir

■ AMÉLIORER LES COMPÉTENCES DE L'ÉQUIPE

- Savoir déléguer pour développer l'autonomie de chacun
- Le tableau de bord managérial : un outil d'amélioration
- Entretenir les conditions favorisant la cohésion

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



MGORG-DEL

Savoir déléguer et responsabiliser efficacement

A l'issue de ce stage, vous saurez mettre en place les conditions d'une délégation de missions réussie, en vous appuyant sur les notions de responsabilisation, de contrôle et, in fine, de confiance en vos collaborateurs.

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 6/05 - 22/10 -

Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Managers, responsables et chefs d'équipes.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Déléguer de manière efficace et opérationnelle
- D'amener vos collaborateurs à une juste responsabilisation
- Accompagner chacun de vos collaborateurs.

■ DONNER DU SENS AU FAIT DE DÉLÉGUER

- Un choix de relations hiérarchiques différentes
- Comment faire ?
 - Le contexte de la délégation
 - Le processus de la délégation
 - Avant la délégation
 - Après la délégation
 - Quelles tâches déléguer ? Qui choisir ?
 - Quelques pièges à éviter

■ CONCRÈTEMENT, COMMENT FAIRE ?

- Définir des objectifs
- Donner du sens
- Préparer les personnes concernées par la délégation
- Leur présenter la délégation
- Négocier ensemble sa mise en place
- Communiquer
- Ecouter
- Accueillir et traiter les résistances ou les peurs
- Définir ensemble le cadre et les règles
- Accompagner
- Faire circuler l'information
- Rétablir la complémentarité entre confiance et contrôle
- Faire le bilan, évaluer la tâche réalisée
- Reconnaissance

■ LES ÉCUEILS ET SITUATIONS DIFFICILES

- La délégation part «à la dérive»
- Opérer un recadrage quand c'est nécessaire
- Gérer les imprévus
- Refuser de déléguer

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



MGORG-TB

Concevoir son tableau de bord

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 20/04 - 26/10 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne amenée à mettre en place des tableaux de bord.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Comprendre le fonctionnement de l'outil "tableau de bord"
 - Vous servir de bons indicateurs au bon moment
 - Choisir le tableau de bord adéquat en fonction de l'activité du moment
 - Utiliser le tableau de bord comme moyen de communication
 - Motiver votre équipe
 - Améliorer les résultats.

A l'issue de ce stage, vous saurez concevoir des outils de pilotage de l'activité, sur la base d'indicateurs fiables et pertinents, pour les utiliser A des fins opérationnelles, managériales et stratégiques.

- **QUELLE PLACE POUR CET OUTIL ?**
 - Faire le bilan de toutes les informations échangées
 - Clarifier les besoins de chacun en matière d'information et/ou de suivi
 - Les tableaux de bord : points forts et points faibles
- **LES DIFFÉRENTS COMPOSANTS D'UN TABLEAU DE BORD**
 - Tableaux de bord, objectif et indicateurs : quels sont les liens ?
 - Tableaux de bord individuels versus tableaux de bord collectif ? Comment choisir ?
- **LES TABLEAUX DE BORD DANS LA COMMUNICATION INTERNE**
 - Bilan des différents outils de communication interne
 - Comment intégrer les tableaux de bord dans ces différents outils ?
- **LE TABLEAU DE BORD : UN MOYEN DE COMMUNICATION**
 - Sa présentation
 - Annoncer de bons résultats
 - Annoncer de mauvais résultats
- **TABLEAU DE BORD ET MOTIVATION**
 - Le tableau de bord : un moyen pour créer et entretenir la motivation de chacun
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud



MGORG-PNL

Initiation à la PNL

- **DURÉE :** 3 jours (21h)
- **TARIF :** Paris - 1785 € HT
Province - 1785 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 22/04 - 2/09 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne désireuse d'améliorer sa communication, ses relations et gagner en efficacité.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Utiliser les outils de base de la PNL
 - Améliorer votre potentiel de communication.

- **PRÉSENTATION DE LA PNL**
 - Une brève présentation de la PNL
 - Les «postulats» de la PNL (ses fondements)
- **LA CONSTRUCTION DE NOS « CARTES DU MONDE »**
 - Les filtres perceptuels
 - Les mécanismes
 - La souplesse comportementale (s'adapter)
- **MON MESSAGE ET MON INTERLOCUTEUR**
 - Le VAKOG
 - Calibration
 - Les prédicats
 - La congruence de Carl ROGERS
- **ETABLIR LA RELATION POUR FAVORISER LA COMMUNICATION**
 - Les bases de la communication
 - La relation
 - Se synchroniser
- **LE FEEDBACK**
 - Feedback : définition
 - Les conditions pour que ça marche
- **L'ÉCOUTE ACTIVE**
 - Les différents degrés d'écoute et leurs caractéristiques
 - La reformulation compréhensive
 - Rester centrée sur l'autre
- **LES MÉTA-MODÈLES LINGUISTIQUES**
 - Obtenir et donner des informations
 - Les différentes formes de questions
- **DÉFINIR DES OBJECTIFS**
 - Les conditions de bonne formulation d'objectif
 - La PNL : un outil de changement
- **DÉVELOPPER SES RESSOURCES AVEC LA PNL**
 - L'index de computation et les états internes
 - Comment choisir nos états internes
 - L'ancrage et l'auto-ancrage
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

MGORG-COL

- **DURÉE :** 3 jours (21h)
- **TARIF :** Paris - 1785 € HT
Province - 1785 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 25/02 - 18/05 - 14/09 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Tout collaborateur de l'entreprise susceptible d'impulser une dynamique d'action du fait de sa position managériale ou de sa position pro-active.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Percevoir les enjeux stratégiques pour la structure
 - Être force de proposition pour la mise en oeuvre de la stratégie d'entreprise (à votre niveau)
 - Avoir d'une démarche méthodologique de projet pour gagner en pertinence, en efficacité et en efficience (collectivement).

Dynamiser l'efficacité collaborative par le management de projet

A l'issue de ce stage, vous saurez vous appuyer sur les qualités fédératrices de la démarche de projet pour produire de la performance collective au sein de votre équipe de collaborateurs : mobiliser autour de l'identité du groupe projet, mettre en place les conditions de l'émulation entre les ressources et s'appuyer sur une logique de fonctionnement interne exigeante, en terme de planning, de production des livrables, de résultats obtenus.

- **POURQUOI UTILISER LE MANAGEMENT PAR PROJET ?**
 - Atteindre le résultat dans une économie de moyens en générant du confort pour soi-même et ses collaborateurs
 - Analyser avec pertinence les données d'entrée d'une action
 - Être à même d'identifier tous les facteurs propices et contraires d'une situation
 - Savoir construire l'action avec pertinence, efficacité et efficacité
- **QUEL TYPE DE PROJET ?**
 - Projet de création
 - nouveau produit
 - nouvelle activité
 - Projet organisationnel (modification de système)
 - Projet «opérationnel» (partie intégrante de l'activité)
- **ANALYSE DES PARTIES PRENANTES (INTERNES ET EXTERNES)**
 - Les acteurs
 - Le besoin
- **LES FACTEURS STRUCTURELS**
 - Le management de projet en mode hiérarchie, matriciel ou par projet
 - Le CoPil et le CoProj, les autres instances
 - Communiquer en mode projet
- **INCIDENCES SUR LES POSITIONNEMENTS DES ACTEURS**
 - Le chef de projet
 - Les équipiers responsables
 - Travailler avec rigueur en complète flexibilité
 - Distinguer les niveaux de décision
- **DEVENIR COLLABORATIVEMENT PERFORMANT**
 - Un système réglementé mais co-construit
 - Être responsable de soi et des autres : se contrôler mutuellement
 - Être empathique et solidaire
 - Contribuer aux décisions
 - Satisfaire les besoins sociaux
 - Partager la réussite
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud



MGORG-MP

- **DURÉE :** 1 jour (7h)
- **TARIF :** Paris - 650 € HT
Province - 650 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 1/04 - 31/08 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne amenée à prendre des décisions stratégiques.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Analyser les enjeux et les conséquences d'un management par projet dans l'entreprise
 - Acquérir les connaissances, les méthodes et les outils nécessaires à un infléchissement ou une implantation "en projet".

Dynamiser l'entreprise par le management par projet : choix stratégiques et arbitrages

- **POURQUOI UN MANAGEMENT PAR PROJET ?**
 - Projet de création
 - Projet organisationnel
 - Projet «opérationnel»
- **LES CONDITIONS STRUCTURELLES DE LA RÉUSSITE DU MANAGEMENT PAR PROJET**
 - Tenir compte du degré hiérarchique et fonctionnel de la structure pour adapter le format du projet
 - Faire évoluer la structure vers «plus de projet»
- **LES CONDITIONS HUMAINES DE LA RÉUSSITE DU MANAGEMENT PAR PROJET**
 - Faire évoluer les positionnements interpersonnels
 - Gérer ses relations interpersonnelles
 - Manager le changement
- **ORGANISER UN MANAGEMENT EN PORTEFEUILLE PROJET**
 - Elaboration d'une vision stratégique
 - Le portefeuille stratégique
 - La déclinaison en programmes et projet du portefeuille
- **L'IMPLANTATION DU BUREAU DE PROJET**
 - Les niveaux
 - Les instances, les procédures et les processus
 - Le système d'information
- **GÉRER UN ENSEMBLE DE PROJET**
 - Les procédures d'arbitrage entre projet
 - Y a-t-il des procédures standard de gestion de projets ?
 - Quantifier les ressources et gérer leurs conflits
- **INCIDENCES SUR LE MANAGEMENT**
 - La responsabilisation et le management par projet
 - Le management «hors hiérarchie» et ses caractéristiques
 - Les nouvelles «règles du jeu»
 - Être chef de projet, directeur de projet, ou directeur du bureau de projet stratégique
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

MGORG-COA

Managers : coachez vos équipes

- **DURÉE :** 3 jours (21h)
- **TARIF :** Paris - 1650 € HT
Province - 1650 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 22/04 - 14/10 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Managers d'équipes et dirigeants.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Vous approprier les méthodes outils du coaching pour renforcer l'efficacité de votre management au quotidien
 - Motiver et favoriser l'autonomie de vos collaborateurs.

- **LE COACHING COMME STYLE DE MANAGEMENT**
 - Pourquoi devenir manager coach ?
 - Règles de base
 - Posture
 - Empathie
 - Ecoute-active
 - Savoir-faire ou savoir-être ?
 - Le « manager coach » en entreprise : intérêts et limites
 - Coaching individuel et coaching d'équipe
 - L'entretien de coaching
 - Le cadre
 - Les étapes
- **LES OUTILS DU COACHING ET LEUR PRATIQUE**
 - La motivation d'équipe
 - Donner du feedback constructif
 - Utiliser la communication non violente
 - Donner des signes de reconnaissance
 - L'accompagnement du changement
 - Comprendre la systémique
 - Déterminer des objectifs
 - Visualiser le changement
 - Le développement des potentiels
 - Se connaître pour mieux comprendre les autres
 - Prendre en compte les émotions
 - L'autonomie des collaborateurs
 - Instaurer une relation de confiance
 - Mettre en place les conditions d'efficacité
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

MGORG-ECR

Managers : optimisez et améliorez vos écrits

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 9/02 - 8/06 - 24/09 - 19/11 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Tout personne voulant améliorer la qualité de sa communication écrite.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Produire des écrits plus clairs, plus lisibles et plus efficaces.

- **REPÉRER LES SPÉCIFICITÉS DE LA COMMUNICATION ÉCRITE**
 - Les buts de la communication
 - Les 6 fonctions du langage
 - Comparaison écrit / oral
 - Mémoire de travail et lisibilité
- **CIBLER SON MESSAGE**
 - Bien identifier le destinataire et rédiger le but du message
 - Tenir compte du support (courrier, e-mail, rapport, note de service...)
- **ORGANISER SES IDÉES**
 - Collecter ses idées (QQOQCP ou une carte mentale)
 - Choisir un plan
 - Rédiger des titres pleins
- **DÉVELOPPER SES IDÉES**
 - Choisir une structure de paragraphe
 - Utiliser les différents types d'argumentation
 - Utiliser les mots de liaison
- **EMBELLIR SON TEXTE**
 - Savoir faire des phrases courtes
 - Aller à l'essentiel et être tonique
 - Se méfier des pièges de la syntaxe et du langage parlé
 - Ponctuer avec clarté
- **SE RELIRE**
 - Clefs rapides pour une orthographe correcte
- **SPÉCIFICITÉS DE CERTAINS ÉCRITS**
 - Les e-mails
 - Les procédures, les notes de services, les rapports
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

MGORG-TPS

Managers : optimisez votre temps

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 7/04 - 10/09 -

Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Managers, cadres.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Identifier vos difficultés dans votre gestion du temps
- Définir et gérer des priorités
- Définir une nouvelle organisation plus opérationnelle
- Améliorer votre gestion du temps dans vos relations avec les autres.

■ LA RELATION INDIVIDUELLE ET PERSONNELLE AU TEMPS

- Les pertes de temps : leurs avantages cachés
- Le journal de bord : analyse qualitative et quantitative

■ DÉFINIR DES PRIORITÉS

- Urgent ou important ? Ou les deux ?
- Passif - Réactif - Proactif

■ PRÉPARER SA JOURNÉE

- La liste des tâches. Comment l'utiliser ?
- Optimiser l'utilisation de l'agenda
- Les lois du temps et leurs conséquences
- Préparer une semaine

■ GÉRER SON TEMPS DANS LES ACTIONS QUOTIDIENNES

- L'action immédiate
- Le regroupement des tâches
- Optimiser l'email
- Optimiser le téléphone
- Prévoir l'imprévu : anticiper et gérer les interruptions
- Les réunions productives et efficaces

■ AUTO-ÉVALUATION

- Renforcer le changement de gestion du temps

■ AMÉLIORER SA COMMUNICATION POUR GAGNER DU TEMPS

- Gérer les demandes
- Faire et/ou recevoir une critique : méthode DESC
- Savoir dire « non »

■ FAVORISER L'AUTONOMIE

- Les principes de base
- Le partenariat manager / assistant

■ SAVOIR DÉLÉGUER

- Les principes de base
 - Avantages à savoir déléguer
 - Risques à ne pas déléguer
- Identifier les compétences de chacun pour bien choisir
- Communiquer sur la délégation
- Suivre l'évolution

■ DÉFINIR LA PLACE, LES RÔLES, MISSIONS ET TÂCHES DE CHACUN

- Clarification des tâches

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

MGORG-ANGP

Animer efficacement un groupe de travail

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 9/04 - 22/10 -

Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne ayant à animer un groupe de travail ou à y participer activement.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Faciliter l'implication et la production au sein d'un groupe de travail
- Entretenir la dynamique des participants
- Diversifier vos techniques d'animation
- Renforcer l'adhésion et motiver pour la mise en action.

■ LA DIMENSION TRANSVERSALE D'UN GROUPE DE TRAVAIL

- Appréhender le management transversal dans les différentes structures de l'organisation
- Définir les fonctions et rôles de ses membres
- Identifier les enjeux, les défis et les contraintes
- Fixer les règles de fonctionnement interne du groupe
- Mettre en place les conditions logistiques de performance du groupe

■ LA PRÉPARATION ET L'ORGANISATION DES SÉQUENCES DE TRAVAIL

- Planifier la délégation, l'organisation et la performance des missions
- Définir les ordres du jour
- Organiser les aspects matériels et le suivi
- Fixer des échéances rigoureuses
- Réaliser des relevés de fin de séquence et des feedbacks

■ L'ANIMATION DU GROUPE DE TRAVAIL EN PRÉSENTIEL

- Introduire la séance et présenter les objectifs
- Fixer les règles de travail
- Garantir les temps de parole
- Réguler les échanges au sein du groupe
- Animer les échanges
- Recentrer le débat
- Gérer les tensions et situations difficiles
- Être directif sans être autoritaire
- Utiliser des outils de créativité pour favoriser la production de contenus toujours plus qualitatifs
- Conclure et définir un plan d'actions

■ L'ANIMATION DU GROUPE DE TRAVAIL EN TRANSVERSAL

- Agir sur les leviers de l'influence
- Mobiliser les énergies autour d'objectifs communs
- Définir et faire appliquer localement des référentiels / standards communs de communication
- Repérer les enjeux des différents partenaires
- Motiver ses interlocuteurs autour de la fonction projet
- Gérer les relations avec la ligne ou les tenants hiérarchiques
- Maintenir l'engagement durable des acteurs

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant

MGETH-CONF

Management et gestion des conflits : améliorer les relations de travail au sein de son équipe

A l'issue de ce stage, vous disposerez des capacités A communiquer efficacement auprès de vos collaborateurs, en amont, pour prévenir les situations conflictuelles, et A intervenir A bon escient pour arbitrer les conflits, dans une logique de préservation du collectif de travail.

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 29/04 - 28/09 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Tous les managers.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Identifier les problèmes de communication
 - Comprendre son collaborateur
 - Identifier les forces et fragilités de chacun
 - Motiver son équipe
 - Anticiper les conflits
 - Être médiateur en cas de conflit entre deux membres de son équipe
 - Opérer un recadrage quand c'est nécessaire.

- **LES BASES DE LA COMMUNICATION**
 - La notion de point de vue, nos «cartes du monde»
 - Qu'est ce qui pose problème dans la communication ?
 - Les différents registres
 - Factuels
 - Personnels
 - Emotionnels
 - Le non verbal
- **COMPRENDRE L'AUTRE AVANT DE SE FAIRE COMPRENDRE**
 - La synchronisation : un outil pour établir la relation
 - Les différents degrés d'écoute jusqu'à l'écoute active et totale
 - Savoir reformuler
 - Gérer les émotions : les siennes et celles de l'autre
- **CONNAÎTRE LES MEMBRES DE SON ÉQUIPE**
 - Les différents profils comportementaux
 - Les points forts de chacun
 - Les points faibles de chacun
 - Définir des stratégies adaptées à chaque profil
 - Mapping de son équipe
- **DÉVELOPPER LA MOTIVATION DE SON ÉQUIPE**
 - Les dysfonctionnements les plus courants dans une équipe
 - Leurs remèdes
 - Définir le cadre
 - Poser les règles
 - Négocier les règles si besoin
- Construire une «charte commune»
- La faire connaître à tous
- **COMPRENDRE LES PROCESSUS DU CONFLIT**
 - Les facteurs déclencheurs
 - Les facteurs aggravants
 - Les différentes évolutions possibles d'un conflit
- **GÉRER UN CONFLIT ENTRE DEUX COLLABORATEURS**
 - Qu'est-ce qu'un médiateur ?
 - Comprendre le vrai message de chaque partie
 - Sortir de l'opposition
 - Les 4 étapes de la médiation
- **OPÉRER UN RECADRAGE**
 - Le collaborateur «hors-jeu»
 - Le principe à faire respecter
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud



MGETH-PSY

Sensibilisation aux risques psychosociaux

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 19/03 - 30/07 - 19/11 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne confrontée à des problématiques de management et désireuses d'anticiper et de prévenir les risques psychosociaux. Toute structure désireuse d'initier un projet de prévention globale des RPS.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Appréhender les principales notions autour de la santé mentale au travail et en définir les enjeux
 - Apprendre à repérer les difficultés psychosociales dans l'entreprise et initier une démarche de prévention
 - Repérer les pratiques managériales positives permettant la prévention des risques psychosociaux (RPS)
 - Confronter nos expériences dans ce domaine.

- **DÉFINITIONS ET ENJEUX**
 - Les différents risques psychosociaux
 - Explication approfondie des concepts : la santé, la souffrance psychique et ses manifestations, le stress, le burn out...
 - Enjeu humain et social : préserver la santé et la sécurité des salariés
 - Enjeu juridique : responsabilité civile et pénale de l'employeur, jurisprudences
 - Enjeu économique : arrêts maladie, accidents du travail, absentéisme...
- **REPÉRER ET ANALYSER LES DIFFICULTÉS PSYCHOSOCIALES DANS L'ENTREPRISE**
 - Identifier les facteurs d'émergence des risques psychosociaux
 - L'organisation : charge mentale, organisation du temps de travail, autonomie, stratégies, paradoxes...
 - L'environnement : environnement de travail, modèles d'action, culture d'entreprise, valeurs, normes, contraintes globales
 - L'entourage social : relations internes / externes
 - L'identité professionnelle : reconnaissance de la contribution, rétributions, engagement, profil de motivation...
 - Détecter les risques particuliers, inhérents, à votre secteur d'activité
 - Collecter les informations dans l'entreprise
 - Repérer les indicateurs d'alertes
 - Etablir un pré-diagnostic
 - Outils d'évaluation (questionnaires, entretiens, rencontres...)
- **LES RISQUES ET LES IMPACTS**
 - Les limites de tolérance et les seuils d'alertes
 - Les signes précurseurs, les comportements observables
 - Les conséquences sur la santé
 - Les impacts sur le fonctionnement collectif, efficacité, motivation, solidarité
- **LES MÉTHODES DE PRÉVENTION ET DE GESTION DES RISQUES**
 - L'importance d'une démarche collective : rôle du CHSCT, responsabilité de l'employeur, la médecine du travail...
 - Evoquer la mise en oeuvre d'un projet de prévention (les différentes étapes)
- **L'AUDIT DE CLIMAT SOCIAL**
 - Définition des facteurs internes
 - Définition des principes d'évaluation et de mesure
 - Méthodologie de traitement des données
 - Diagnostic
 - Plans d'action
- **LE PLAN DE PRÉVENTION DES RISQUES**
 - Vigies
 - Actions
 - Suivis
 - Accompagnements
- **CE QUI SE PASSE DANS VOTRE ENTREPRISE**
 - Retours d'expériences sur les problématiques de chacun
 - Réflexions pratiques en groupe
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

MGETH-ADiC

Conduites addictives en milieu professionnel : l'essentiel

A l'issue de ce stage, vous aurez acquis l'essentiel des choses A savoir en matière de prévention et sécurité au travail.

■ **DURÉE :** 1 jour (7h)

■ **TARIF :** Paris - 650 € HT
Province - 650 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 22/04 - 16/09 -

Toutes nos dates sur www.m2information.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

DRH, responsables prévention et santé, managers, membres CHSCT.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Situer la problématique des addictions au sein de l'entreprise
- Proposer des dispositifs préventifs et curatifs adaptés.

■ SAVOIR IDENTIFIER UNE CONDUITE ADDICTIVE (FOCUS SUR L'ALCOOL ET LE CANNABIS)

- Les addictions avec ou sans produit, de quoi parle-t-on, comment s'installe la dépendance
- Identifier et comprendre
- Savoir lever le déni
- La pyramide des risques, l'alcool et le cannabis
- Les addictions et le lien avec les risques psychosociaux

■ LES CONSÉQUENCES SOCIALES, ÉCONOMIQUES, MÉDICALES ET JURIDIQUES

- Les effets recherchés, les effets non recherchés
- Les dégâts collatéraux, les 9 risques en entreprises
- Les obligations légales, la jurisprudence
- La responsabilité de l'employeur, des managers, des salariés
- Le dépistage, le contrôle, les sanctions

■ MESURER LES ENJEUX D'UNE DÉMARCHE DE RÉDUCTION DES RISQUES

- Le rôle de chacun : aidant mais pas soignant
- Le réseau d'aide et de soutien
- La situation d'urgence
- Les trois niveaux de prévention
- Mettre en place une démarche de prévention, les différents dispositifs
- Les différents outils de communication

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



MGETH-ALCO

Prévenir les risques en alcoologie et addictologie en milieu professionnel

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 4/06 - 28/12 -

Toutes nos dates sur www.m2information.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne confrontée à des problématiques de management et désireuse d'anticiper et de prévenir les risques en alcoologie et addictologie en milieu professionnel.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Mieux identifier le risque addiction
- Comprendre et agir pour réduire le risque.

■ SAVOIR IDENTIFIER UNE CONDUITE ADDICTIVE

- Les addictions avec ou sans produit
- De quoi parle-t-on ?
- Comment s'installe la dépendance ?
- Les représentations de chacun, la culture, les idées reçues
- Les addictions en question
 - Les produits psychotropes
 - L'alcool
 - Le jeu
 - Les autres addictions sans produit
- Les addictions et la santé
 - Les conséquences physiques et psychiques

■ SAVOIR DE QUOI L'ON PARLE, À QUI - COMMENT EN PARLER ET COMMENT AGIR ?

- Les addictions et l'entreprise
- La responsabilité de chacun, les lois et règlements
- La place de chacun
 - Partenaires sociaux
 - Direction
 - Médecine du travail...
- Les dispositifs de prévention
- Le réseau d'aide et de soutien
- Comment mener un entretien avec une personne en difficulté
- La situation d'urgence
- Les dispositifs de prévention

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

MGETH-COOL

Savoir développer le bien-être au travail

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 30/03 - 27/07 - 29/10
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne exerçant une fonction d'encadrement et désirant mettre en oeuvre un management de l'efficacité.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Comprendre l'importance du bien-être au travail
 - Comprendre et utiliser les outils favorisant le bien-être
 - Appréhender l'aspect psychologique du management
 - Mettre en place des outils de prévention des RPS (risques psychosociaux)
 - Développer des pratiques managériales gagnant / gagnant.

- **LE TRAVAIL = UN PLAISIR - DU RÊVE À LA RÉALITÉ**
 - Les niveaux logiques de BATESON : de l'environnement à l'identité en passant par les valeurs
 - Accroître le plaisir des collaborateurs par son style de leadership
 - Comment adopter des postures justes pour tous ?
 - Créer du lien autour du manager
- **COMMENT DÉVELOPPER LE PLAISIR ?**
 - Permettre l'épanouissement de chacun par la reconnaissance, l'engagement et l'implication
 - Développer des relations saines
 - Mettre en place une éthique partagée : équité, relations justes
 - Le sens, le bon sens et la logique : les différences et comment les concilier
 - Développer les compétences individuelles pour un meilleur collectif
- **EVITER QUE LE RÊVE NE DEVIENNE CAUCHEMAR...**
 - Les mécanismes du stress
 - La souffrance au travail : sortir du silence
 - Les obligations structurelles et la pression légale
 - Inventaire de RPS
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

MGETH-MANAG

Développer ses compétences managériales avec le co-développement professionnel

- **DURÉE :** 4 jours (28h)
- **TARIF :** Paris - 2380 € HT
Province - 2380 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 12/01 - 4/03 - 18/05 - 10/07 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Managers, responsables d'équipe, chefs de projets.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Développer une identité métier de manager
 - Développer un management responsabilisant et de transversalité
 - Créer une dynamique d'ensemble et de travail collaboratif.

- **ENTRER DANS LA LOGIQUE DU CO-DÉVELOPPEMENT**
 - Recherche collective d'efficacité
 - Le recul sur la pratique
 - Les identités professionnelles
 - Les relations positives de confiance
 - La relation d'aide
 - Le management apprenant
- **LES MOYENS DU CO-DÉVELOPPEMENT**
 - Transfert des compétences et des apprentissages
 - Partage et mutualisation des pratiques
 - Transversalité
 - Ressources internes et personnes référentes
 - Le fonctionnement en réseau réticulaire
- **LE FACTEUR HUMAIN EN CO-DÉVELOPPEMENT**
 - Le groupe
 - Les cellules auto organisées
 - Les autres regards sur l'action collective
 - Le comportement impliquant
 - Le support collectif
 - Le développement libre de l'individu
- **LES APPLICATIONS DU CO-DÉVELOPPEMENT**
 - Développer la maturité des personnes et des organisations
 - Développer la transversalité
 - Déployer le coaching et l'accompagnement interne dans les équipes
 - Réduire les logiques de souffrance au travail
 - Créer une culture de coopération et d'ouverture
 - Entrer dans des modèles de management humains et cherchant l'efficacité collective
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

MGETH-LM

Lean Management

■ **DURÉE :** 3 jours (21h)

■ **TARIF :** Paris 1785 € HT
Province 1785 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 13/04 - 23/11 -

Toutes nos dates sur www.m2information.fr

■ **PRÉ-REQUIS**

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ **PUBLIC CONCERNÉ**

Managers opérationnels ou fonctions supports transversales acquises / en cours d'acquisition, chefs de projets, responsables qualité, responsables de production.

■ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**

- Concevoir la conduite de son activité différemment
- Faire émerger une culture interne pérenne orientée flux tirés
- Piloter des processus d'activité en les standardisant
- Définir de nouvelles habitudes de management basées sur des modalités collaboratives efficaces
- Impliquer et motiver son équipe dans la résolution de problème au quotidien.

■ **SYSTÈME MANAGÉRIAL LEAN : INTRODUCTION AUX PRINCIPES ET À LA PHILOSOPHIE DU LEAN**

- Intégrer les bases culturelles d'une organisation Lean
- Pré-identifier les limites du modèle
- Comprendre ce qu'est le manager Lean à travers le modèle des 5 axes
 - Maîtriser son territoire
 - Homogénéiser la contribution de l'ensemble des ressources
 - Animer et motiver durablement l'équipe
 - Déléguer et favoriser la résolution de problèmes simples
 - Piloter le plan de progrès
- Comprendre la notion de gaspillages dans les activités et missions quotidiennes (mudas)
- Connaître et savoir arbitrer parmi les bons leviers du changement
 - au-delà de la méthodologie organisationnelle, l'indispensable prise en compte du facteur humain

■ **OPTIMISER LES PROCESSUS**

- Auditer l'ensemble des processus : comprendre sur le terrain les sources de non-valeur ajoutée et les moyens de résolution, simples, des problèmes constatés
- Instaurer une démarche de collaboration au contact des équipes, en organisant des ateliers ciblés et programmés sur des temps courts
- Cartographier les processus de créations de valeur ajoutée grâce à l'outil Value Stream Mapping : identifier les processus de Valeur Ajoutée (VA), de Non Valeur Ajoutée (NVA), à tous les niveaux de l'organisation
- Regrouper les processus en interaction, pour asseoir la définition des stratégies, des objectifs et des indicateurs contributifs au plan d'amélioration continue
- Identifier les outils de mesures de l'amélioration dans la qualité des processus
- Mettre en place les processus de suivi et de contrôle
- Elaborer les stratégies et les conditions de production (produits / services / fonctions supports) permettant de passer d'un flux poussé (orienté production) à un flux tiré (orienté client)

■ **METTRE EN PLACE LES CONDITIONS DE LA PÉRENNISATION DU MODÈLE LEAN**

- Identifier / valoriser un ou plusieurs acteurs clés du changement
 - Profils
 - Compétences
 - Prérrogatives
 - Lettre de mission
- Utiliser les principaux outils du Lean pour obtenir rapidement des résultats
 - VSM
 - Chantier Hoshin (amélioration «éclair»)
 - Chantier Kamishibai (management visuel par indicateurs : qualité, coûts, délais, satisfaction client, gestion de stocks...)
- Communiquer, avec constance et dans le temps, auprès de l'ensemble des acteurs internes, toutes lignes hiérarchiques confondues, en favorisant la concertation et la compréhension du changement d'organisation
- Développer une démarche Lean globale, en direction des fournisseurs, sous-traitants et distributeurs, basée sur un partage d'expériences et une contractualisation d'un contrat de progrès
- Passer de l'amélioration «éclair» Hoshin à l'amélioration continue Kaizen : maintenir un niveau d'exigences méthodologiques élevé, tout en permettant l'évolution constante des outils et des mesures

■ **SYNTHÈSE DE LA SESSION**

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

MGREC-RSOC

Utiliser les réseaux sociaux pour recruter

A l'issue de ce stage, vous maîtriserez les enjeux du recrutement digital dans le but de trouver les profils souhaités.

DURÉE :	2 jours (14h)
TARIF :	Paris - 1190 € HT Province - 1190 € HT
DATES (de début de session) :	- 9/04 - 14/09 - Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
PUBLIC CONCERNÉ	Toute personne amenée à recruter via les médias et réseaux sociaux.
OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	- Déterminer votre stratégie de recrutement en ligne - Identifier les réseaux sociaux pertinents - Chasser et approcher les candidats.

- **DU WEB 1.0 AU WEB 2.0... - DE L'ÉVOLUTION DES OUTILS DE COMMUNICATION AU RECRUTEMENT DIGITAL**
 - Synthèses et tendances du Web d'hier à aujourd'hui
 - L'évolution des comportements numériques et générationnels (générations X, Y...)
 - L'identité numérique et concept de « Personal Branding »
- **DÉCOUVRIR LES RÉSEAUX ET LEUR POTENTIALITÉ EN MATIÈRE DE RECRUTEMENT**
 - Les « jobboards » et la recherche traditionnelle
 - Qu'en est-il de facebook ?
 - Viadeo, réseau professionnel de recrutement
 - LinkedIn et son fonctionnement
 - Emergence de Google+
 - Twitter et la recherche de candidats potentiels
- **ELABORER SA STRATÉGIE DE RECRUTEMENT**
 - Promouvoir sa marque d'employeur
 - Définir sa stratégie d'image RH sur les réseaux sociaux
 - Les règles du marketing social d'entreprise
 - Veille technologique et veille sur son e-reputation
- **ELABORER UNE CAMPAGNE DE RECRUTEMENT EN LIGNE**
 - Choisir ses objectifs
 - Déterminer les profils des candidats et le processus de recrutement
 - Choisir ses collaborateurs
 - Choisir ses outils de communication et diffuser ses annonces
 - Définir des outils de mesure de résultats

- **CHASSER LES CANDIDATS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX**
 - Rechercher un candidat potentiel
 - Approcher un candidat
 - Comprendre la limite des réseaux et des informations trouvées
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud



MGREC-EVAL

Réussir l'entretien annuel d'évaluation

DURÉE :	2 jours (14h)
TARIF :	Paris - 1190 € HT Province - 1190 € HT
DATES (de début de session) :	- 19/01 - 2/03 - 8/07 - 5/10 - Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
PUBLIC CONCERNÉ	Les managers ou responsables amenés à conduire des entretiens annuels d'évaluation.
OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	- Maîtriser les étapes de l'EAE - Evaluer avec objectivité - Conduire l'EAE de manière constructive, pertinente et efficace - Analyser ses pratiques.

- **COMPRENDRE LES ENJEUX ET OBJECTIFS DE L'ENTRETIEN ANNUEL**
 - Pour les collaborateurs
 - Pour les managers
 - Pour l'entreprise, le service RH
- **COMMUNIQUER EFFICACEMENT LORS DE L'ENTRETIEN ANNUEL D'ÉVALUATION**
 - Développer une communication verbale, para verbale et non verbale adaptées
 - Améliorer sa capacité d'écoute active (empathie, savoir questionner, savoir reformuler)
 - Développer une communication factuelle, positive, constructive (chercher les faits, être objectif, choisir les bons mots, les bonnes formulations)
 - Privilégier l'approche assertive et savoir émettre une critique de manière constructive
 - Donner du feed-back positif
- **MAÎTRISER LES DIFFÉRENTES ÉTAPES DE L'ENTRETIEN**
 - Identifier les étapes de l'entretien, leur composition et leur chronologie
 - Préparer ses entretiens : un facteur clé de succès
 - Savoir introduire l'entretien annuel
 - Optimiser la fixation des objectifs
 - Accompagner le collaborateur dans son projet professionnel
 - Conclure positivement et suivre
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

MGREC-EPRO

Conduire un entretien professionnel

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 12/02 - 21/05 - 27/08 - 16/11 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite aucun prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Tout responsable en position d'encadrement ayant à mener un entretien professionnel ou toute personne de la fonction RH ayant à accompagner l'encadrement et à gérer les entretiens professionnels.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Savoir préparer et conduire avec succès un entretien professionnel afin de rendre les collaborateurs acteurs du développement de leur employabilité
 - Orienter et accompagner ses collaborateurs dans l'élaboration de leur projet professionnel, en tenant compte des enjeux de l'entreprise, des compétences présentes et à développer et des dispositifs de la formation professionnelle.

■ LES CARACTÉRISTIQUES ET LES ENJEUX DE L'ENTRETIEN PROFESSIONNEL

- Contexte légal : l'entretien professionnel, « pierre angulaire » de la formation tout au long de la vie
- Distinguer entretien professionnel et entretien d'évaluation
- Les 10 points clés à prendre en compte

■ LA PRÉPARATION DE L'ENTRETIEN PROFESSIONNEL

- Connaître les évolutions prévisibles de l'entreprise en terme d'activité, de technologie, de marché...
- Communiquer auprès des collaborateurs sur le sens et les objectifs de l'entretien professionnel
- Préparation de l'entretien : questionnaire, convocation...
- Élaborer un guide pour conduire l'entretien professionnel
- Former les managers à la conduite de l'entretien
- Informer clairement les collaborateurs sur les modalités et les enjeux

■ LES DIFFÉRENTES ÉTAPES DE L'ENTRETIEN PROFESSIONNEL

- L'accueil, la présentation des objectifs et du contexte
- Analyse des activités, compétences et motivation du collaborateur
- Élaboration du projet professionnel

■ ACCOMPAGNER LES COLLABORATEURS DANS L'ÉLABORATION DE LEUR PROJET PROFESSIONNEL

- Les différents dispositifs de la formation professionnelle continue : DIF, CIF, Bilan de compétences, VAE...
- Détecter et identifier les compétences potentielles et les sources de motivation

■ MENER L'ENTRETIEN PROFESSIONNEL

- Les techniques de communication efficaces
- Pratiquer l'écoute active
- Utiliser les questions qui ouvrent et permettent d'investiguer largement
- Faire émerger les motivations et les préférences

MGREC-EMAN

La conduite d'entretien : véritable outil de management

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 15/01 - 11/05 - 21/09 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne concernée par le management.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Vous situer quant à vos capacités à communiquer dans la relation interpersonnelle
 - Préparer avec rigueur vos entretiens
 - Conduire tout type d'entretien individuel à caractère managérial
 - Consolider les acquis d'entretien
 - Pérenniser les missions de vos collaborateurs.

■ MAÎTRISER LES BASES DE LA COMMUNICATION INTERPERSONNELLE MANAGÉRIALE

- Comprendre la modélisation générale de la communication en situation professionnelle
- Les 3 registres de la communication professionnelle
- Se situer personnellement dans ses capacités à communiquer
- L'essentiel de la communication dans l'entretien managérial

■ L'ÉCOUTE ACTIVE, LA CONDITION INDISPENSABLE À TOUT ENTRETIEN MANAGÉRIAL

- Les fondements et les bénéfices de l'écoute active
- Ecouter son interlocuteur en étant véritablement attentif à ce qu'il dit : adopter une posture facilitante
- Souligner les aspects émotionnels induits par les faits, pour instaurer un climat de confiance et d'échange
- Reformuler pour conférer davantage de sens
- Aboutir à un référentiel commun de communication

■ MAÎTRISER LA TRAME GÉNÉRALE D'UN ENTRETIEN DE MANAGEMENT

- La phase de préparation de l'entretien, pour recenser des éléments objectifs
- La phase d'introduction, pour situer le cadre de l'entretien, pour fixer le but et déterminer la pertinence
- La phase d'échange
- La phase de conclusion, pour contractualiser les objectifs définis et mettre en oeuvre les actions à venir
- La phase de consolidation / de renforcement a posteriori, pour pérenniser les acquis

■ MISE EN PRATIQUE

- Entretien motivationnel
- Entretien de délégation de mission / de suivi des activités déléguées
- Entretien de gestion / de débriefing d'un conflit
- Entretien de négociation
- Entretien de recadrage

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

MGREC-POT

Recruteur : découvrir le potentiel d'un candidat

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 9/03 - 12/10 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Managers, chargé(e)s de recrutement.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Intégrer les bases de la communication et de l'influence
 - Cadrer le démarrage de l'entretien
 - Détecter les incohérences de communication du candidat
 - Questionner efficacement le candidat
 - Recueillir l'information à valeur ajoutée chez le candidat
 - Dresser le profil comportemental du candidat pour cerner sa personnalité.

- **INTÉGRER LES BASES DE LA COMMUNICATION ET DE L'INFLUENCE**
 - L'influence du mécanisme de perception du recruteur
 - Les 3 dimensions de la communication et leur poids respectif dans la transmission d'un message
 - L'influence de la communication non verbale du recruteur sur le candidat
- **CADRER LE DÉMARRAGE DE L'ENTRETIEN**
 - L'accueil du candidat
 - La présentation du recruteur
 - L'annonce des étapes de l'entretien
- **DÉTECTER LES INCOHÉRENCES DE COMMUNICATION DU CANDIDAT**
 - L'observation des signaux de communication non verbale en plus du discours
 - La notion d'incongruence entre le fond et la forme
 - La réaction du recruteur aux signaux d'incongruence
- **QUESTIONNER EFFICACEMENT LE CANDIDAT**
 - Les 2 types de questions : montantes et descendantes en fonction des objectifs du recruteur
 - La notion d'équivalents concrets pour déceler les « beaux discours » et ne pas tomber dans le piège
 - La boussole du langage pour savoir faire préciser le candidat
 - Les questions types du recruteur
- **RECUEILLIR L'INFORMATION À VALEUR AJOUTÉE CHEZ LE CANDIDAT**
 - Les conditions qui favorisent la mise en confiance du candidat
 - Le schéma de réponse en 3 étapes à une question
 - La notion de note finale comme niveau d'information ultime à rechercher
 - Les attitudes à mettre en oeuvre pour obtenir une note finale
- **DRESSER LE PROFIL COMPORTEMENTAL DU CANDIDAT POUR CERNER SA PERSONNALITÉ**
 - L'outil « métaprogramme » d'analyse comportemental des candidats
 - Les critères de motivation du candidat détectables
 - Les critères de travail du candidat détectables
 - La sélection des métaprogrammes pertinents en fonction du poste proposé
 - La recherche et la détection des métaprogrammes du candidat dans ses réponses
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

MGREC-NCOL

Réussir l'intégration de nouveaux collaborateurs

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 20/04 - 7/09 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Responsables des ressources humaines, directeurs des ressources humaines, responsables du personnel.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Mettre en place une méthodologie efficace d'intégration du personnel.

- **STRUCTURER UN PARCOURS D'INTÉGRATION**
 - La connaissance de l'entreprise
 - Les facteurs de bonne intégration
 - La présentation du poste de travail
 - La prise de poste
 - Le rôle du formateur
 - La délégation et le contrôle
 - L'élaboration du livret d'accueil
- **METTRE EN PLACE UNE FORMATION ADAPTÉE ET S'ASSURER DE SON EFFICACITÉ**
 - Utiliser les bonnes méthodes pédagogiques
 - Organiser la formation par étapes
 - Evaluer l'état des connaissances et les acquis nécessaires
 - Suivre les étapes d'acquisition
 - Utiliser les outils d'évaluation et de contrôle
 - La grille de profil compétence
 - La grille d'activité réalisation
 - L'auto-évaluation
 - Transformer la situation de travail en apprentissage : passer de la formation à l'opérationnalité
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

MGLEA-MAN

Développer son leadership de manager

A l'issue de ce stage, vous saurez mettre au service de vos activités / vos collaborateurs vos capacités de meneur, en ayant identifié les clés de la confiance en soi comme les conditions de construction d'une posture leader : contextes favorisants, assertivité, fiabilité émotionnelle et stabilité comportementale.

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 5/03 - 9/11 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Top-managers d'un groupe multinational, membres d'équipe de direction, cadres dirigeants de PME.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Mettre en place le processus créateur de leaders
 - Créer de la nouveauté, faire la différence qui fait la différence, changer les habitudes
 - Impliquer ses managers dans le processus
 - Amener la réussite chez les collaborateurs
 - Gagner en crédibilité et en autorité acceptée par tous
 - Gagner en confiance.

■ LES LEADERS DANS VOTRE ENTREPRISE

- Bilan du leadership dans votre structure
- Y a-t-il des contre-indications ? Si oui, lesquelles ?

■ CRÉER DE LA NOUVEAUTÉ

- Identifier les « routines »
- Les traiter
- Motiver et mobiliser

■ IMPLIQUER LES MANAGERS DANS LE PROCESSUS

- Développer son charisme
- Le pouvoir : à utiliser avec modération et élégance
- Définir des « critères d'excellence »

■ LES MEILLEURES CONDITIONS POUR METTRE EN PLACE LE LEADERSHIP

- Qu'est ce qu'une zone de leadership ?
- Quelles sont les règles dans cette zone ?
- Comment éviter les erreurs dans cette zone ?

■ COMMENT FAIRE ADHÉRER LES COLLABORATEURS À CE LEADERSHIP ?

- Définir le rôle de chaque managers dans ce processus
- Les impliquer
- Les aider pour qu'ils réussissent à « faire réussir » leurs collaborateurs

■ L'IMPORTANCE DU LEADER

- La personnalité et le « charisme » : le développer et s'en servir
- Créer l'enthousiasme
- Permettre à chacun de prendre ses pouvoirs et responsabilités

■ LES 5 LEVIERS

- Définir des objectifs clairs et atteignables
- Créer et entretenir des relations de coopérations
- Analyser les conséquences de ses actes en permanence
- Développer de la souplesse comportementale
- Rester « vrai »

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



MGLEA-FEM

Leadership au féminin

A l'issue de ce stage, vous serez capable d'améliorer vos relations professionnelles, de développer votre leadership et de défendre vos idées en obtenant l'adhésion de vos collaborateurs

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 28/05 - 5/11 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Femmes cadres, managers (hommes ou femmes) d'équipe.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Comprendre et utiliser son Intelligence Emotionnelle
 - S'affirmer
 - Utiliser les outils du coaching.

■ L'INTELLIGENCE EMOTIONNELLE

- Nos émotions : les connaître, identifier leurs conséquences, sur nous sur les autres
- Quelle est la part émotionnelle dans les prises de décision et le management ?
- Gérer les conflits de manière constructive
- S'affirmer
- Affirmation, autorité, agressivité : les différences

■ L'AFFIRMATION DE SOI

- L'affirmation de soi au féminin
- Obtenir et assumer des responsabilités
- Changements d'environnement
- Développer de la souplesse comportementale
- Faire preuve d'empathie

■ LA COMPLÉMENTARITÉ : UNE FORCE

- Valeurs féminines versus valeurs masculines ?
- Les représentations féminines : quelles sont elles ?
- Les différents modèles de réussites au féminin
- Les femmes doivent elles développer un management spécifique ?

■ MANAGER AU FÉMININ ET RÉUSSIR

- Coacher son patron
- Utiliser la reformulation
- Définir et prendre soin de la relation
- Utiliser les questions pour aider l'autre à s'ouvrir

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 16/04 - 24/09 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne amenée à conduire des réunions.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Conduire ses réunions de manière plus efficace
 - Avoir une attitude constructive
 - Développer son leadership en réunion.

■ PRÉPARER EFFICACEMENT SES RÉUNIONS

- Connaître les enjeux de chaque réunion et ses enjeux personnels
- Cadrer ses réunions (objectif, participants, odj, ATORMA...)
- Se préparer et s'assurer de développer un état d'esprit constructif
- Choisir la ou les méthode(s) d'animation appropriée(s)

■ DÉVELOPPER UNE POSTURE DE LEADER

- Identifier les différents styles de leadership, le sien et en comprendre les impacts
- Connaître et adopter les rôles incontournables de l'animateur
- Se comporter de manière adaptée lors des différentes étapes de fonctionnement d'un groupe

■ S'EXPRIMER AVEC PERTINENCE

- Comprendre l'impact des 3V
- Utiliser l'écoute active
- Savoir questionner
- Savoir reformuler un propos, une question
- Structurer ses arguments pour les légitimer

■ ADOPTER LA BONNE POSTURE MÊME EN SITUATION DÉLICATE

- Accepter et traiter l'objection (éviter les attitudes pénalisantes, la traiter, déjouer les objections provocatrices)
- Gérer le négatif, le bavard
- Savoir dire «non» sans provoquer de tension

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant

Intra-entreprise

Une formation personnalisée et optimisée au poste de travail

Une formation dédiée à vos collaborateurs, autour d'un contenu spécifique à votre entreprise. Le stage intra-entreprise regroupe les salariés d'un niveau homogène d'une même société ayant le même besoin de formation. Cette formule permet de construire des parcours spécifiques afin de répondre aux attentes de transmission des savoirs tout en tenant compte de la culture de l'entreprise. Les projets en intra-entreprise permettent de mettre en œuvre des solutions de mesure des résultats. Une évaluation à chaud est réalisée en fin de session qui évalue l'appréciation globale des participants et l'atteinte des objectifs. Une évaluation à froid peut être réalisée entre 3 et 6 mois après la formation. Grâce à une mise en situation, il est possible d'apprécier la qualité de l'acquisition des connaissances par la mesure des écarts entre le niveau initial et post-formation.

DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

Ressources en prospection, management et suivi commercial.

Reconnus par les professionnels les plus expérimentés de la région rhodanienne, les formations commerciales M2i visent à apporter aux entreprises les moyens techniques d'optimiser très rapidement leur force de vente. La grande diversité des modules permet de couvrir l'intégralité des enjeux de la fonction commerciale. Les experts M2i les ont subdivisées en deux grandes catégories : le développement des compétences commerciales et le management commercial.

Formation commerciale classique, e-marketing ou bien encore marketing dans le secteur de la téléphonie mobile... Les formations M2i sont une ressource considérable pour les entreprises qui souhaitent créer une dynamique commerciale forte et se donner les moyens de la mettre en œuvre. Elles seront également d'un soutien précieux pour les commerciaux indépendants qui souhaitent renforcer leur domaine d'expertise.

Nos experts



MICHEL

Pendant 5 ans, Michel a exercé le métier de Responsable R&D en PME. Il a ensuite peaufiné ses expériences et compétences en tant que Responsable Commercial pendant 10 ans.

De par son parcours, il a pu aborder des thématiques de Management, Marketing, Développement commercial, Relation Client...

Actuellement, Michel gère 2 entreprises dans les domaines de la Force de Vente Externalisée et de l'Informatique, et intervient en tant qu'expert pour M2i.



CORINNE

Chef des Ventes dans un grand groupe alimentaire, Responsable Marketing pour des produits vendus en grande distribution, Responsable commerciale pour des produits techniques vendus en B to B et créateur d'entreprise avec un concept novateur.

Soit une expérience de 20 ans dans des fonctions commerciales opérationnelles et des secteurs d'activités variés.

Depuis 2009, Corinne transfère ses compétences en associant techniques de vente, comportements adaptés et outils.

Avec une pédagogie ludique pour des formations orientées résultat.



HERVÉ

Titulaire d'un DUT de Commerce, d'un diplôme d'Ingénieur et d'un Mastère en Management, Hervé bénéficie d'une expérience de 15 ans dans la Gestion de la Relation Client au profit de grands groupes industriels et commerciaux.

Passionné par l'enseignement des techniques commerciales et la transmission des savoir-faire relationnels, Hervé anime depuis plus de 10 ans des formations sur mesure dans les domaines de la vente et de la négociation commerciale.

Filière **Développement commercial**

MANAGEMENT COMMERCIAL **p. 30**

Animer, motiver et diriger une équipe commerciale	p. 30
Management commercial	p. 31
Réussir le recrutement commercial	p. 32
Manager une équipe commerciale à distance pour maintenir la cohésion d'équipe	p. 32
Les règles de la réussite : savoir fixer un objectif et l'atteindre	p. 33
Manager coach : savoir développer la motivation et la performance commerciale.....	p. 33
Piloter l'activité commerciale avec les tableaux de bord	p. 34
Animer une réunion commerciale	p. 34
Consolider son développement commercial.....	p. 35
Optimiser l'organisation commerciale	p. 35

GESTION DE PORTEFEUILLES - PROSPECTION **p. 36**

Prospecter avec les réseaux sociaux	p. 36
Prospecter et gagner de nouveaux clients.....	p. 36
Le téléphone véritable outil commercial	p. 37
Réussir ses prises de rendez-vous téléphoniques en B to B.....	p. 37

NÉGOCIATION COMMERCIALE **p. 38**

Réussir sa négociation commerciale.....	p. 38
Défendre ses prix et ses marges.....	p. 38
Traiter efficacement les objections	p. 39
Savoir négocier avec les grands comptes.....	p. 39
Réussir ses soutenances commerciales.....	p. 40
Réussir ses négociations à l'international.....	p. 40

Filière **Développement commercial**

VENTE SECTORIELLE

p. 41

Techniques de vente : spécifique aux supports avant vente.....	p.	41
Vendre et conseiller en point de vente	p.	41
Formation des techniciens à la relation client.....	p.	42
Vendre ses prestations intellectuelles	p.	42

EFFICACITÉ COMMERCIALE

p. 43

Maîtriser les techniques de vente en B to B.....	p.	43
Connaître les étapes d'un entretien de vente en B to C	p.	43
Construire sa stratégie commerciale.....	p.	44
Vendre et négocier avec la PNL.....	p.	44
Savoir vendre et argumenter par téléphone.....	p.	45
Transformer un appel entrant en action de vente	p.	45
Le E-commerce.....	p.	46
Vendeurs : Sachez comment raisonnent les acheteurs.....	p.	46
Commerciaux : développez votre pouvoir d'influence	p.	47
Commercial pour non commerciaux.....	p.	47



SUIVI COMMERCIAL

p. 48

Suivre et fidéliser son portefeuille clients.....	p.	48
Gérer les clients difficiles.....	p.	48
Relations clients et contentieux.....	p.	49

DCMG-EQUI

Animer, motiver et diriger une équipe commerciale

DURÉE :	3 jours (21h)
TARIF :	Paris - 1785 € HT Province - 1785 € HT
DATES (de début de session) :	- 16/03 - 16/09 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr	
PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
PUBLIC CONCERNÉ	Managers des ventes et directeurs commerciaux.
OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	- Comprendre les valeurs de l'entreprise - Appréhender les qualités de manager - Appliquer les styles de management - Assurer vos fonctions de manager.

■ CONNAÎTRE SON ÉQUIPE POUR MIEUX LA MANAGER

- Le travail d'équipe
- Le choix des collaborateurs
- L'organisation de l'équipe
- Le rôle des membres

■ LA COMMUNICATION ET SES OUTILS

- Zoom sur le statut d'animateur
- La diffusion d'un message
- Questions ouvertes et reformulation
- L'attitude à avoir face à un argument hostile
- Attitudes d'un supérieur à un collaborateur
- Les moyens de communication

■ MIEUX COMMUNIQUER ENSEMBLE

■ LES QUALITÉS DU MANAGER

- Introduction à une approche situationnelle du management
- Evaluer son mode préférentiel de management et l'adapter en fonction des compétences et de l'autonomie de ses collaborateurs
- L'impact de quelques caractéristiques de personnalité sur son style de management
- Mieux « dire les choses » : développer un comportement assertif

■ CONSTRUIRE LES OBJECTIFS EN S'ASSURANT DE LEUR PERTINENCE

- Situer les objectifs dans le système de management de son entreprise
- Les caractéristiques clés d'un objectif efficace
- La nature des objectifs fixés
- Le management par les objectifs

■ FAIRE ADHÉRER SON ÉQUIPE AUX OBJECTIFS

- S'approprier la stratégie de son entreprise
- Décliner les objectifs en s'assurant que les buts et

les enjeux sont compris

- Articuler les objectifs collectifs et les objectifs individuels
- Clarifier ce qui est négociable ou pas

■ LA FONCTION MANAGÉRIALE - MIEUX TRAVAILLER ENSEMBLE

- Animer son équipe de projet
- Connaître et évaluer ses collaborateurs : déterminer leur degré d'autonomie
- Dresser une « carte managériale » de son équipe
- Savoir déléguer
- Anticiper et résoudre les facteurs de déstabilisation (savoir rebondir)
- Présenter un projet d'équipe
- Contrôler le projet

■ ACCOMPAGNER LES COLLABORATEURS DANS L'ATTEINTE DE LEURS OBJECTIFS

- Mettre en place un dispositif de suivi pertinent
- Mener un entretien de suivi
- Gérer les situations de décrochage, de dépassement ou d'objectifs partiellement atteints
- Personnaliser les objectifs

■ RÉALISER LE BILAN DES OBJECTIFS DE L'ÉQUIPE

- Pratiquer une analyse collective
- Partager les bonnes pratiques
- Savoir gérer les changements d'objectifs et d'atteinte des résultats collectifs

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

Les Matinales de M2i Formation

Dans le cadre de notre mission d'information et d'appui aux entreprises, M2i Formation conçoit et propose des Matinales, cycle de conférence à thème.

Animé par l'un de nos experts, nos matinales permettent aux participants d'avoir une vue d'ensemble et de projection en rapport aux thèmes abordés.

Volontairement dans un format court, une matinée, ces conférences allient apports théoriques et échanges d'expériences pratiques.

Toutes nos matinales sont précédées d'un accueil café et suivies d'un temps de débats entre intervenants et participants.

Consultez notre site internet www.m2iformation.fr pour connaître votre programmation régionale.

DCMG-MAN

Management commercial

■ **DURÉE :** 3 jours (21h)

■ **TARIF :** Paris 1785 € HT
Province 1785 € HT

■ **DATES** (de début de session) :

- 13/04 - 7/12 -

Toutes nos dates sur www.m2information.fr

■ **PRÉ-REQUIS**

Cette formation ne nécessite aucun prérequis.

■ **PUBLIC CONCERNÉ**

Responsables commerciaux, chefs de ventes, directeurs commerciaux en charge de l'animation d'une équipe de vendeurs.

■ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**

- Dynamiser et motiver votre équipe commerciale
- Décliner des objectifs commerciaux en plans d'actions d'équipes et individuels
- Faire progresser vos collaborateurs en se comportant en leader.

■ L'IMPORTANCE DE LA COMMUNICATION DANS SON RÔLE DE MANAGER COMMERCIAL

- La notion de filtre
- La théorie de l'iceberg
- Les obstacles dans la communication

■ LA COMPRÉHENSION FINE DU COLLABORATEUR

- Le principe de la synchronisation pour établir la confiance
- Les caractéristiques de l'écoute active : l'attitude / la force du silence
- La reformulation : utilisation et caractéristiques
- La prise en compte des réactions émotionnelles d'un collaborateur

■ LE STYLE DE LEADERSHIP NATUREL

- Les 5 styles de leadership de Blake et Mouton
- Les avantages et les limites de chaque style de leadership

■ LE PLAN D'ACTION COMMERCIAL

- La transcription des objectifs de l'entreprise dans un plan d'action commercial
- Le contenu d'un Plan d'Actions Commerciales (PAC)
- L'organisation de l'action au quotidien

■ LE MANAGEMENT PAR OBJECTIFS

- Les critères d'un objectif opérationnel
- Les questions pour définir l'objectif
- La motivation à atteindre l'objectif
- L'entretien de définition d'objectif

■ LES LEVIERS DE MOTIVATION DES COMMERCIAUX

- Le motivomètre pour évaluer le niveau de motivation de ses collaborateurs
- Les symptômes de la démotivation et leur causes
- L'identification et la répartition des tâches motivantes
- L'entretien de remotivation

■ L'ENTRETIEN D'ACTIVITÉ POUR FAIRE ÉVOLUER SES COLLABORATEURS

- Les principes à respecter
- Les objectifs de l'entretien d'activité

■ LA TRAME ET LES PRINCIPES FONDAMENTAUX POUR COMMUNIQUER SES DÉCISIONS

- La trame en 7 étapes pour annoncer une décision difficile
- L'importance de la solidarité avec la direction
- Le risque d'erreur du manager

■ LES OUTILS D'UN ACCOMPAGNEMENT EFFICACE SUR LE TERRAIN

- La posture de «coach»
- Les règles du jeu à définir avec le collaborateur pour les différents types de visites
- La construction d'une grille d'observation sur les critères de fond et de forme

■ LE DÉBRIEFING D'UN ACCOMPAGNEMENT TERRAIN

- Le recensement préalable des points forts et axes d'amélioration
- La trame d'un feedback «sandwich»
- L'avis du «coach»
- La synthèse et la définition d'un plan correctives

■ LES RÉUNIONS D'ÉQUIPE COMMERCIALE

- La préparation de la réunion
- Les éléments d'une réunion productive et motivante
- Les différentes personnalités en réunion

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DCMG-REC

Réussir le recrutement commercial

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 16 /02 - 11/05 - 12/10 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne amenée à recruter des commerciaux.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Définir le profil recherché
 - Attirer les bons candidats par une campagne de recrutement
 - Adapter et structurer l'entretien pour en renforcer l'efficacité opérationnelle.

- **LA DÉMARCHE DE RECRUTEMENT**
 - Enjeux et principes fondamentaux du recrutement
 - Points clés d'un processus de recrutement d'un commercial
- **LE PROFIL DU COMMERCIAL**
 - Qu'est-ce qui caractérise les meilleurs commerciaux ?
 - Connaître les traits de la personnalité et les principales motivations qui marquent la différence
 - Savoir définir le profil idéal du commercial en fonction de son besoin
- **GAGNER EN VISIBILITÉ ET EN ATTRACTIVITÉ AVEC UN SOURCING ADAPTÉ**
 - Rédiger une offre d'emploi accrocheuse tout en valorisant l'image de l'entreprise
 - Connaître les outils et médias de sourcing qui fonctionnent
- **PRÉSÉLECTIONNER RAPIDEMENT LES MEILLEURS DOSSIERS**
 - CV et lettre de motivation : détecter le potentiel commercial
 - Affiner et fiabiliser la présélection avec l'entretien téléphonique
- **MENER L'ENTRETIEN**
 - Préparer et structurer l'entretien
 - Accueillir le candidat et instaurer des échanges sincères et de qualité
 - Comprendre la logique du parcours du candidat
 - Evaluer la personnalité
 - Les motivations et les compétences du candidat à partir de données verbales et non verbales
 - Mesurer son potentiel commercial
 - Donner envie grâce à une présentation attractive du poste de commercial et de l'entreprise
 - Décider de recruter grâce à la grille d'analyse de l'entretien
- **FIDÉLISER LES COMMERCIAUX**
 - Sécuriser l'intégration du nouvel embauché grâce au plan d'intégration
 - Motiver les commerciaux : les points clés à connaître
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

DCMG-DIS

Manager une équipe commerciale à distance pour maintenir la cohésion d'équipe

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 9/07 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne amenée à encadrer des équipes commerciales.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Identifier les aspects du métier de commercial
 - Connaître les outils pour renforcer la performance des équipes.

- **L'ORGANISATION COMMERCIALE ET LA RELATION MANAGÉRIALE**
 - La définition de l'organisation
 - L'organisation commerciale
 - Les enjeux managériaux et personnels
 - La relation managériale
 - Qu'est-ce que le leadership ?
 - Quelles sont les caractéristiques du leader ?
 - L'installation de la relation managériale
 - L'autorité dans la relation managériale
 - Les quatre styles de management
 - Comprendre les facteurs de motivation des personnes
 - Les rôles du manager commercial
- **LES MÉTIERS ET LES RÔLES DES COMMERCIAUX**
 - Les métiers liés à la vente
 - La force de vente
- **LES OBJECTIFS COMMERCIAUX**
 - Les principes
 - Les types d'objectifs
 - La direction participative par objectif (DPPO)
- **L'ANIMATION DE L'ÉQUIPE COMMERCIALE**
 - Le rôle de responsable d'équipe
 - Les objectifs et attentes poursuivis par le manager
 - Fixer des objectifs aux collaborateurs
 - Connaître les personnalités
 - Dynamiser l'équipe
 - Les moyens de l'animation
 - La stimulation de l'équipe commerciale
- **LA GESTION DES SITUATIONS DIFFICILES**
 - L'origine des situations difficiles
 - Repérer les personnalités difficiles
 - Les différentes catégories de personnalités
 - Evaluer sa relation
 - Prendre du recul
 - La méthodologie de gestion des conflits
- **LA CONDUITE DE RÉUNION**
 - La préparation de la réunion
 - L'animation de la réunion
 - Le suivi de la réunion
- **L'ÉVALUATION DES COMMERCIAUX**
 - La préparation de l'évaluation
 - L'entretien d'évaluation
 - L'évolution de carrière
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

DCMG-OBJ

Les règles de la réussite : savoir fixer un objectif et l'atteindre

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 9/02 - 17/08 -

Toutes nos dates sur www.m2information.fr

■ **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne ayant un rapport hiérarchique avec les commerciaux.

■ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
- Définir et évaluer des objectifs
- Décliner les objectifs de l'entreprise en objectifs individuels
- Donner du sens, négocier et faire en sorte que vos collaborateurs s'approprient les objectifs
- Savoir faire évoluer les objectifs en cours d'année, en fonction des besoins de l'entreprise et/ou des évolutions des individus.

■ LE POURQUOI DES OBJECTIFS

- Les bases du management par objectifs
- Objectifs et motivation
- Principes de définition d'objectifs
- Classification des objectifs
- Alignement d'objectifs collectifs / individuels et niveaux de déploiement

■ COMMUNICATION D'OBJECTIFS

- Faire connaître, faire adhérer et faire agir
- Objectifs et sens de l'objectif
- Objectifs et reconnaissance
- Objectifs et mouvement

■ GESTION DES SITUATIONS DÉLICATES

- Refus de l'objectif
- Désaccords sur les objectifs comportementaux
- Incertitude du maintien de la personne sur le même poste ou la modification prévisible de l'environnement
- Objectif pas entièrement contrôlé

■ SUIVI DES OBJECTIFS

- À quelle fréquence ?
- Que faire si l'objectif «tombe» ?
- Que faire en cas de dérive en cours d'objectif ?
- Quel enseignement pour l'année suivante ?

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DCMG-MOT

Manager coach : savoir développer la motivation et la performance commerciale

■ **DURÉE :** 3 jours (21h)

■ **TARIF :** Paris - 1785 € HT
Province - 1785 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 15/06 - 4/11 -

Toutes nos dates sur www.m2information.fr

■ **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ **PUBLIC CONCERNÉ**
Managers d'équipe de vente, chefs des ventes, animateurs de réseaux commerciaux ayant ou non un rapport hiérarchique avec les commerciaux.

■ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
- Développer les comportements et savoir-faire de ceux qui encadrent les forces de vente pour favoriser la "montée en puissance" des commerciaux.

■ QU'EST-CE QU'UN COACH ?

- Rôles et comportements attendus du coach
- Coach ou manager ?

■ SAVOIR DÉFINIR LA TYPOLOGIE DE VOS COMMERCIAUX

- Evaluer les résultats de vos commerciaux et le décalage par rapport aux attentes
- Atouts et faiblesses de chacun d'eux
- Les sources d'information
- La grille de compétences

■ NÉGOCIER UN «PLAN DE PROGRÈS»

- Ecouter
- Définir les objectifs avec le coaché
- Formaliser l'engagement réciproque

■ ACCOMPAGNEMENT PERTINENT ET POSITIF

- Construire son OPDC
- Former, entraîner, stimuler et soutenir
- L'accompagnement terrain
- Préparer, accompagner et débriefier
- Les pièges à éviter

■ FAIRE LE «BILAN DU COACHING» ET SANCTIONNER LES RÉSULTATS

- Savoir reconnaître la performance
- Construire et utiliser le «miroir d'accompagnement»
- Savoir recadrer

DCMG-TB

Piloter l'activité commerciale avec les tableaux de bord

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 23/02 - 20/04 - 21/09 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Directeurs et managers commerciaux, Account Managers et Key Account Managers pour qui le pilotage de l'activité commerciale est une priorité quotidienne.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Elaborer vos tableaux de bord de pilotage de la performance commerciale
 - Faire adhérer vos équipes commerciales au processus reporting.

- **LES FONDAMENTAUX DE LA GESTION DES PROCESSUS MÉTIER (BPM)**
 - Environnement optimal
 - Formalisation des objectifs
 - Système «Process Centric» et «Human Centric»
 - Les stratégies correspondantes
 - BPM et ventes indirectes
 - Cycles de vente et repositionnement dans la stratégie de développement et le contexte de l'entreprise
- **LES DOUZE ÉTAPES DE LA MÉTHODE PCHC POUR METTRE EN OEUVRE UN PROJET DE BPM**
 - Points d'intervention et variables d'action
 - Lien BPM / terrain : une adéquation fondamentale
 - Suivi du BPM
 - Validation des critères
 - Suivi de l'évolution des performances
- **LES CINQ POINTS ESSENTIELS POUR CRÉER UN TABLEAU DE BORD DE PILOTAGE DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE**
 - Les Key Performance Indicator
 - KPI et objectifs
 - Process de validation des KPI
 - Comment choisir des marqueurs pertinents ?
 - Comment suivre l'évolution de ces marqueurs ?
 - Les cinq recommandations pour choisir un indicateur de performance clé KPI
 - Mise en oeuvre des KPI en fonction des objectifs de développement
 - Qu'est-ce qu'un bon KPI ?
 - Méthode SMART applicable aux KPI
 - Construire vos tableaux de bord
 - Planification de la mise en oeuvre du système de pilotage commercial
 - Contenu et suivi des indicateurs clefs de performance
- Les principales causes d'échec dans les choix et la mise en oeuvre des KPI
 - Pourquoi certains KPI pourtant bien adaptés au contexte et à la stratégie de l'entreprise ont finalement peu d'impact ou sont peu crédibles ?
 - Comment faire adhérer l'équipe au système de reporting et au process de pilotage choisis ?
- Le Plan d'Actions Commerciales
 - Impératifs de reporting face aux ventes à cycle long auprès des grands comptes et multinationales
 - Comment impliquer les N+1 ?
 - Marqueurs portant sur la gestion d'un portefeuille client
 - Identifier les zones de pouvoir et les zones d'influence
 - Maîtriser la vision systémique des acteurs
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

DCMG-REU

Animer une réunion commerciale

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 18/05 - 15/10 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Directions, managements, services Marketing et services techniques ou toute personne à vocation commerciale dans tous types de structures.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Préparer et animer efficacement une réunion commerciale
 - Transmettre les informations tout en impliquant et motivant votre force de vente.

- **LES DIFFÉRENTS TYPES DE RÉUNION**
- **PRÉPARER ET STRUCTURER UNE RÉUNION COMMERCIALE STIMULANTE ET MOTIVANTE**
 - Préparer la forme
 - Les outils pratiques de communication
 - Les supports à utiliser de préférence
 - Les types d'animation
 - Préparer le fond
 - Définir un ordre du jour pertinent
 - Organiser les thèmes de la réunion
 - Définir des règles de jeu en fonction des objectifs de chaque thème
 - «Vendre» la réunion à l'équipe commerciale
- **CONDUIRE ET ANIMER LA RÉUNION**
 - Affirmer son leadership
 - Production / animation
 - Leadership de l'animateur
 - Les postures de l'animateur : empathie / projection
 - Animer avec aisance
 - Lancer et diriger la réunion
 - Gestion du déroulement de la réunion : introduction, production, conclusion
 - Gérer la dynamique du groupe
 - Transmettre les messages clés
 - Améliorer sa capacité d'écoute
 - Le reporting et sa diffusion
 - Les cas difficiles
 - Gérer les conflits pendant la réunion
 - Gérer les autres cas difficiles (ne pas négocier pendant la réunion...)
 - Les réunions à éviter (sujets, périodes, lieux...)
 - Cas particuliers des réunions à distance
- **UTILISER LA RÉUNION POUR DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES DE L'ÉQUIPE**
 - Entraînement aux techniques de vente
 - Entraînement à la présentation de l'offre et/ou de l'entreprise
 - Echanges de bonnes pratiques
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

DCMG-DEV

Consolider son développement commercial

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 23 /03 - 27/08 - 10/12 -

Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr

■ **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne chargée de développement commercial.

■ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**

- Sensibiliser quant à la nécessité de véritablement manager le développement commercial à travers une action en plusieurs temps : préparation, action et suivi
- Aider à la mise en place d'actions de développement personnalisées et efficaces.

DIAGNOSTIC COMMERCIAL DE VOTRE STRUCTURE

■ OUTILS UTILISÉS

- Actions terrain
- Actions commerciales
- Gestion de l'information commerciale
- Management de la force de vente

■ RÉSULTATS

- Connaissance des pratiques actuelles de l'entreprise et plan de correction
- Ces outils servent à mettre en place les bonnes pratiques à mettre en place dans sa future organisation

QUELLE STRATÉGIE POUR L'ENTREPRISE ?

■ DÉFINIR SON MARKETING

- Définir son offre ou son produit
- Méthodologie de construction de l'offre
- Fixer son prix de vente
- Choisir les modes de distribution
- Se faire connaître

■ DÉFINIR SA STRATÉGIE

- Atouts, faiblesses, opportunités et menaces
- Importance stratégique : cohérence, attractivité, concurrence et compétitivité
- Rédaction : stratégie, enjeux, but et objectifs opérationnels

CHOISIR SES ACTIONS COMMERCIALES ET SES OUTILS DE COMMUNICATION

■ POURQUOI PROSPECTER ET FIDÉLISER ?

- Méthodes pour prospecter
- Avantages et inconvénients
- Les possibilités de prospection multi modes

SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DCMG-ORG

Optimiser l'organisation commerciale

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 26/03 - 20/07 - 26/11 -

Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr

■ **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ **PUBLIC CONCERNÉ**
Les responsables commerciaux, les chefs de secteurs, les commerciaux terrain, les chefs d'agence, tous les personnels qui participent à l'opérationnalité des vendeurs.

■ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**

- Savoir segmenter son portefeuille clients ou son potentiel prospects
- Pouvoir se fixer des objectifs pour chaque catégorie et typologie de clients ou de prospects
- Élaborer et mettre en oeuvre un plan d'action de proximité et opérationnel en adéquation avec les cibles du secteur
- Organiser et gérer le temps de travail et les tournées.

■ ANALYSE DU PORTEFEUILLE CLIENTS DU SECTEUR AFIN D'IDENTIFIER, DE HIERARCHISER ET DE SÉLECTIONNER SON ACTION EN FONCTION DE LA POTENTIALITÉ DE SON SECTEUR

- Fonction commerciale terrain, rôle, mission, responsabilité
- Les enjeux

■ METTRE EN OEUVRE LE PLAN D'ACTION OPÉRATIONNEL DU SECTEUR

- Connaître le portefeuille clients ou prospects par famille de produits et services
- Connaître les comptes clefs
- Forces et faiblesses des spécificités sectorielles (SWOT)
- Connaître la présence concurrentielle sur son secteur
- Optimiser la gestion des fichiers opérationnels

■ DÉCOUPER SON SECTEUR ET OPTIMISER SON CIRCUITE DE VENTE

- Comment découper, redécouper ou réaménager son secteur ?
- Les outils de la gestion des cycles de tournées
- La périodicité et la fréquence des visites
- La mise en oeuvre de la réorganisation sectorielle

■ LA PROGRAMMATION DE SON ACTIVITÉ ET SON SUIVI

- La programmation des activités en fonction
 - De la mission reçue
 - Des opérations ponctuelles
 - Des task force

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DCPROS-RSOC

Prospecter avec les réseaux sociaux

■ DURÉE :	1 jour (7h)
■ TARIF :	Paris - 650 € HT Province - 650 € HT
■ DATES (de début de session) :	- 20/06 - 9/12 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr	
■ PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
■ PUBLIC CONCERNÉ	Toute personne souhaitant développer son réseau afin de favoriser les échanges commerciaux.
■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	<ul style="list-style-type: none"> - Traduire votre présentation par un message impactant - Formuler des objectifs cohérents dans votre démarche réseau - Tester et trouver vos réseaux physiques et virtuels - Gérer les relations.

■ CONSTRUIRE SA PRÉSENTATION

- Traduction du positionnement en message percutant
- Cohérence des messages sur réseaux physique et virtuels
- Identifier les valeurs et les objectifs

■ CHOISIR SES RÉSEAUX

- Qu'est-ce qu'un réseau ?
- Quels sont les conséquences systémiques de sa démarche ?
- Quels sont les acteurs qui les composent ?
- Identifier sa cible et la quantifier

■ CHOISIR SES RÉSEAUX ET LES ENTREtenir

- Les syndicats et associations professionnelles
- Les réseaux satellites éphémères
- Les réseaux sociaux Facebook, LinkedIn, Viadéo, Twitter
- Construire sa base de données et entretenir ses contacts

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DCPROS-CLI

Prospecter et gagner de nouveaux clients

■ DURÉE :	2 jours (14h)
■ TARIF :	Paris - 1190 € HT Province - 1190 € HT
■ DATES (de début de session) :	- 2/04 - 28/09 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr	
■ PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
■ PUBLIC CONCERNÉ	Toute personne en charge de la prospection commerciale ou devant relever un challenge de prospection.
■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	<ul style="list-style-type: none"> - Vous organiser pour mener efficacement votre action de prospection - Prendre des rendez-vous de prospection qualifiés - Détecter ou faire émerger les besoins du prospect - Donner envie au prospect de changer de fournisseur - Garder le cap et le mental face aux aléas de la prospection.

■ PRÉPARER SON ACTION DE PROSPECTION

- Définir ses cibles
- Constituer son fichier de prospection
- Affiner son fichier
- Qualifier son fichier

■ CHOISIR SES MOYENS DE PROSPECTION

- Les techniques d'approche directe (mailing, téléphone, e-mailing)
- Les techniques d'approche indirecte (salons professionnels, conférences, webinars, recommandation, essai gratuit)
- La prospection sur les réseaux sociaux

■ OBTENIR DES RENDEZ-VOUS AVEC LES PROSPECTS QUALIFIÉS

- Préparer sa prospection téléphonique
- Construire sa phrase d'accroche pour donner envie au prospect d'en connaître plus
- Franchir les différents barrages
- Argumenter l'intérêt du rendez-vous
- Développer sa résistance à l'échec

■ RÉUSSIR LE PREMIER ENTRETIEN PROSPECT EN FACE À FACE

- Favoriser le premier contact par des comportements appropriés
- Susciter l'intérêt du prospect par une accroche
- Démontrer sa capacité d'écoute pour instaurer la confiance
- Questionner pour comprendre les besoins explicites et implicites
- Engager vers l'action (argumenter pour convaincre)
- Conclure positivement l'entretien, quelle que soit l'issue

■ METTRE EN PLACE UNE DYNAMIQUE DE PROSPECTION EFFICACE ET MOTIVANTE

- Mettre en place un plan de prospection
- Organiser son temps de prospection
- Établir un plan de relance
- Faire de chaque client un apporteur d'affaires

■ CONTINUER À PROGRESSER APRÈS LA FORMATION EN SALLE

- Visio formation, entre formateur et participants : pour prolonger les échanges, partager un retour d'expérience

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DCPROS-TEL

Le téléphone véritable outil commercial

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 12/02 - 23/07 - 10/12 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne en relation téléphonique avec le client.

■ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
- Organiser vos actions de prospection et de vente par téléphone
- Maîtriser la conduite de l'entretien téléphonique
- Relancer et fidéliser la clientèle à l'aide du téléphone.

■ PRÉPARER L'ACTION

- Motivation et auto-motivation à prospecter
- Quels critères pour cibler sa prospection ?
- Le profil du client idéal
- Organiser son plan de prospection
- Planifier son temps
- Se fixer des objectifs

■ LES RÈGLES D'UN ENTRETIEN TÉLÉPHONIQUE RÉUSSI

- Le savoir-être
- Le savoir-dire
- Les règles du langage téléphonique
- Les mots et expressions à éviter
- La prise de note

■ LES ÉTAPES DE LA PRISE DE RENDEZ-VOUS

- Se présenter et présenter sa société
- Obtenir le bon interlocuteur
- Découvrir et choisir ses points d'appui
- Argumenter
- Traiter les objections
- Fixer le rendez-vous et prendre congés

■ LE PILOTAGE DE L'ACTION

- Les outils de suivi et d'analyse

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DCPROS-BTB

Réussir ses prises de rendez-vous téléphoniques en B to B

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 28/05 - 29/10 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ **PUBLIC CONCERNÉ**
Ingénieurs commerciaux, commerciaux, téléprospecteurs, assistants commerciaux.

■ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
- Planifier une campagne de téléprospection
- Cibler et qualifier vos fichiers
- Obtenir le rendez-vous
- Franchir les barrages et savoir rebondir
- Adopter l'attitude "téléphone".

■ QUELLES SONT NOS CIBLES PRIORITAIRES ?

- Les différentes étapes de la vente
- La prospection : pourquoi, quand et comment ?
- Les fichiers et la qualification
- Le ciblage des prospects

■ ADAPTER SA COMMUNICATION À L'OUTIL TÉLÉPHONIQUE

- Les incontournables de la prospection téléphonique
- Les pièges à éviter
- Quel comportement adopter ?
- « Donner de la voix »
- La première impression
- Les bons mots

■ LA PRÉPARATION DE LA PROSPECTION TÉLÉPHONIQUE

- Quel est votre objectif ?
- Réunir les conditions de la réussite
- Bâtir un discours
- Préparer les réponses aux objections

■ ATTEINDRE SON «BUT»

- Franchir les barrages des standards, assistantes...
- S'assurer de parler à la bonne personne
- Créer de l'intérêt : ce rendez-vous est une opportunité !
- Argumenter votre prise de rendez-vous
- Répondre aux objections
- Conclure l'entretien téléphonique
- Planifier le suivi et/ou les relances

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DCNEG-COM

Réussir sa négociation commerciale

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 27/04 - 10/09
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Tout public.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Appliquer une méthodologie en utilisant des outils adaptés aux étapes identifiées, tout en adoptant les postures justes
 - Repousser vos propres limites de négociateur, notamment en situation difficile.

■ MÉTHODOLOGIE ET OUTILS DE PRÉPARATION À LA NÉGOCIATION

- Bien comprendre votre environnement
- Identifier vos forces et vos faiblesses (talent distinctif, pouvoir, notoriété...)
- Fixer des objectifs clairs (maximum, minimum, cible)
- Obtenir, si possible, le maximum d'informations sur l'autre partie
- Établir clairement les enjeux pour chaque partie
- Savoir formuler des propositions acceptables
- Développer une approche stratégique des négociations importantes

■ COMMUNIQUER POUR CONVAINCRE

■ STRUCTURE DE LA NÉGOCIATION

- Faire des propositions conciliables
- La négociation à partir d'intérêts
- Comment agir face aux difficultés
- Comment négocier en équipe

■ PROCESS, OUTILS ET POSTURES DE LA NÉGOCIATION

- Créer la relation
- Comprendre son interlocuteur
- Convaincre et traiter les objections
- Conclure

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DCNEG-PX

Défendre ses prix et ses marges

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 21/05 - 22/10 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne impliquée dans l'atteinte d'objectifs commerciaux.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Comprendre les effets d'un effort sur le prix dans la rentabilité d'une affaire
 - Identifier votre comportement face au prix
 - Gagner en assurance et en confiance
 - Disposer d'outils et méthodes efficaces pour préparer la négociation sur les prix
 - Négocier des accords profitables aux deux parties, en négociant des contreparties.

■ LES ENJEUX DE LA NÉGOCIATION SUR LES PRIX

- Du côté du vendeur et du côté de l'acheteur

■ LA CONNAISSANCE DE SES AVANTAGES CONCURRENTIELS ET DISTINCTIFS

■ L'IDENTIFICATION DES LEVIERS DE NÉGOCIATION

- La préparation des contreparties
- La valorisation de son offre (fond et forme)

■ LES TECHNIQUES DE PRÉSENTATION DU PRIX ET DE SES CONDITIONS DE VENTE

- En entretien et dans une proposition écrite

■ LE TRAITEMENT SPÉCIFIQUE DES OBJECTIONS LIÉES AU PRIX

■ LA NÉGOCIATION DE CONTREPARTIE À TOUTE DEMANDE DE CONCESSION

■ LA POSTURE DU NÉGOCIATEUR GAGNANT

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DCNEG-OBJ

Traiter efficacement les objections

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 16/02 - 3/12 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne impliquée dans la relation client et l'atteinte d'objectifs commerciaux.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
- Accepter les objections réelles
- Défendre l'offre de l'entreprise
- Restaurer la confiance et créer les conditions pour réussir votre vente.

- **LA COMPRÉHENSION**
- Les raisons de l'objection du client
- **LE TRAITEMENT EFFICACE DES OBJECTIONS (MÉTHODE «CRAC»)**
- L'anticipation des objections
- L'argumentation (méthode «BAC»)
- **LES MOTIVATIONS D'ACHAT (MÉTHODE «SONCAS»)**
- Les besoins spécifiques de l'interlocuteurs
- **LE TRAITEMENT SPÉCIFIQUE DES OBJECTIONS LIÉES AU PRIX**
- **LA PRÉPARATION DES RÉPONSES AUX OBJECTIONS**
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DCNEG-GC

Savoir négocier avec les grands comptes

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 19/03 - 20/08 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Responsables grands comptes, ingénieurs commerciaux, key-account managers, commerciaux chargés d'acquérir et de développer des grands comptes, chefs des ventes et responsables commerciaux.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
- Identifier les mécanismes de l'acheteur pour mieux vous positionner
- Acquérir une culture grands comptes (GC) au plus haut niveau de négociation
- Donner une dimension stratégique à votre démarche grands comptes
- Définir une stratégie et un plan de fidélisation et de développement grands comptes
- Conduire des négociations grands comptes face à des co-décideurs et des acheteurs professionnels
- Constituer, animer et développer un réseau d'affaires orienté grands comptes.

- **LES NOUVEAUX PROCÉSSUS D'ACHAT GRANDS COMPTES**
- L'évolution des méthodes d'achat
- L'impact des nouvelles technologies et le marketing des achats
- Les moyens de recherche des fournisseurs
- **ORGANISER LA VEILLE COMMERCIALE STRATÉGIQUE**
- Structurer le process de veille
- Les sources d'information
- Le groupe d'influence de la décision
- Elaborer votre veille stratégique
- Les opportunités à saisir et les menaces à prévenir
- Les forces et les faiblesses à valoriser
- Exploiter les résultats
- Segments stratégiques et ciblage
- Principaux atouts concurrentiels
- **FIDÉLISER VOS CLIENTS**
- Comment mettre en oeuvre une stratégie de fidélisation (fidélisation passive et active)
- Préparer votre future stratégie GC
- Monter un plan de fidélisation
- **UTILISER LE MARKETING RELATIONNEL**
- La pyramide du marketing relationnel
- Manager le relationnel interne
- Situer la contribution attendue de chacun au sein du réseau
- Gérer et activer le réseau constitué
- **LA NÉGOCIATION DIFFICILE FACE À UN GROUPE**
- Réaliser un diagnostic
- Le contexte du projet, les objectifs et enjeux, l'asymétrie des pouvoirs
- Mettre en place une approche stratégique
- Négociable / non négociable, scénarii d'objectifs, matrice de contreparties...
- Maîtriser les différents types de négociation
- Le partenariat, la guerre, l'éthique
- Adapter votre attitude
- Attitude intérieure positive (AIP)
- Mettre en place des tactiques de négociation
- Menace, déstabilisation, dictat, conflit, dévalorisation
- **S'APPROPRIER LES NOTIONS FINANCIÈRES POUR NÉGOCIER À HAUT NIVEAU**
- 5 indicateurs clefs pour analyser un GC
- Mesurer le R.O.I (retour sur l'investissement) de la solution vendue
- Concevoir un plan de financement adapté

DCNEG-SOUT

Réussir ses soutenances commerciales

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 8/06 - 16/11 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne devant présenter des offres commerciales à des clients, des distributeurs ou des prescripteurs.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Préparer efficacement votre intervention
 - Construire votre discours commercial de présentation
 - Concevoir efficacement vos supports visuels
 - Animer efficacement votre présentation commerciale
 - Gérer l'interactivité
 - Réussir la co-animation.

■ PRÉPARER EFFICACEMENT SON INTERVENTION

- Le contexte défini par le client : objectif, format, participants...
- Le recensement de ses arguments avec le schéma CAP
- Le choix du plan et l'enchaînement des idées
- L'introduction et la conclusion de sa présentation
- L'anticipation des objections
- L'adaptation du message au type de public

■ CONSTRUIRE SON DISCOURS COMMERCIAL DE PRÉSENTATION

- L'objectif et les points clés
- La hiérarchisation de l'information
- La structure de la présentation
- La cohérence graphique

■ CONCEVOIR EFFICACEMENT SES SUPPORTS VISUELS

- La conception d'une diapositive en 4 temps
- L'enrichissement du texte par des visuels
- L'utilisation des exemples, références, échantillons, études, tests, témoignages
- La technique de « l'homme invisible » pour valider la pertinence des informations transmises
- Les slides back-up

■ ANIMER EFFICACEMENT SA PRÉSENTATION COMMERCIALE

- La « saine curiosité » pour recueillir les attentes spécifiques du client
- L'adaptation du déroulé aux imprévus et au timing
- Le commentaire de chaque diapositive
- La synchronisation visuel / narration
- Les 20 critères de la communication orale en public à respecter
- La gestion de l'espace orateur

■ GÉRER L'INTERACTIVITÉ

- Les moyens d'obtenir l'implication de l'auditoire et d'éviter l'indifférence
- Le repérage et l'utilisation d'alliés
- Les signes de lassitude et de déconcentration de l'auditoire
- Les actions de relance de son auditoire
- La trame SARCAQ pour traiter les objections

■ RÉUSSIR LA CO-ANIMATION

- Le partage des rôles
- Les règles de fonctionnement explicites pour ne pas se contredire mutuellement
- La répétition

DCNEG-INTER

Réussir ses négociations à l'international

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 26/03 - 24/09 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Dirigeants d'entreprises, responsables et commerciaux export.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Connaître les différentes techniques de négociation et leur particularité en contexte international
 - Comprendre l'environnement et décoder les comportements de la partie adverse
 - Organiser votre stratégie de négociation pour anticiper les blocages et négocier gagnant / gagnant.

■ INTRODUCTION

- Qu'est-ce qu'une négociation ?
- Pourquoi négocier ?
- Les fondamentaux

■ LES TYPES DE NÉGOCIATION

- Orientation distributive
- Orientation intégrative

■ PRÉPARER UNE NÉGOCIATION

- La négociation raisonnée
- Le diagnostic « OCEAN »
- La méthode BATNA
- Se connaître : quel négociateur être-vous
- Connaître l'environnement interne / externe de son entreprise
- S'informer sur la partie adverse

■ CONDUIRE UNE NÉGOCIATION

- S'adapter
- Construire une relation
- Prendre du recul
- Maîtriser le rythme
- Savoir conclure

■ PARTICULARITÉS EN CONTEXTE INTERNATIONAL

- Les stéréotypes
- Les fondamentaux de l'interface culturelle
- Sociétés communautaristes / individualistes
- Temps polychronique / monochronique
- Contexte culturel fort / faible
- Communication explicite / implicite
- Les conséquences sur le déroulement d'une négociation

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DCSEC-AVEN

Techniques de vente : spécifique aux supports avant vente

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 27/04 - 17/12 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne concernée par les supports avant vente.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Comprendre le client et son environnement
 - Prendre de parole en public
 - Négocier face à un ou plusieurs interlocuteurs.

■ LES INTERLOCUTEURS : DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE DE CONTACT

- Les différents types de vente et négociation
- Qui sont les interlocuteurs
- Leur pouvoir, leur influence
- Quels enjeux, quels objectifs pour chacun
- Quelle stratégie pour convaincre

■ LA COMMUNICATION

- Etablir un climat de confiance
- Quel comportement face aux différents interlocuteurs
- Les pièges à éviter
- L'écoute active et ses bénéfices
- Développer votre empathie

■ LA DÉCOUVERTE DE LA PROBLÉMATIQUE CLIENT

- La technique EVE
- Les concurrents et l'environnement du client
- L'enjeu du contrat
- Les motivations d'achat
- Les préoccupations des interlocuteurs

■ PRÉPARER SON OFFRE : LA RÉDACTION ET L'ARGUMENTATION

- Les clés de la rédaction d'offre
- Adapter son discours aux différents profils de décideurs
- Rappel du CAB (caractéristiques, avantages et bénéfices)
- Préparer les réponses aux objections

■ PRÉSENTER ET DÉFENDRE SON OFFRE FACE À UN OU PLUSIEURS INTERLOCUTEURS

- Adapter sa présentation aux motivations et enjeux de vos interlocuteurs
- La technique CNZ
- Développer son assertivité
- La technique DESC
- Conclure la vente
- Assurer le suivi et la fidélisation du compte

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DCSEC-RAP

Vendre et conseiller en point de vente

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 12/03 - 27/08 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne amenée à vendre.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Attirer la clientèle et lui donner envie de rester dans le point de vente
 - Adapter votre mode de communication selon chaque client en générant un climat de confiance
 - Réaliser des ventes additionnelles
 - Fidéliser la clientèle.

■ BIEN SE PRÉPARER POUR BIEN VENDRE

- 3 actions clés
 - Etre ambassadeur de la marque
 - Fidéliser le client
 - Développer le CA
- Se préparer à l'accueil des clients
- Préparer l'argumentaire du produit pour sa mise en valeur dans le magasin

■ ACCUEILLIR LES CLIENTS

- Utiliser l'espace de vente pour le rendre attractif
- La 1ere impression est la plus importante
- Appréhender les situations difficiles (grande affluence, multi-interlocuteurs, réclamations)

■ DÉCLENCHER L'ENVIE D'ACHETER

- Identifier la demande du client et maîtriser le questionnement efficace
- Découvrir les motivations d'achat du client et adapter son attitude et son style
- Bien reformuler
- Bien utiliser l'espace de vente

■ VENDRE LE PRODUIT ADAPTÉ ET MÊME PLUS

- Mettre en avant les bénéfices pour le client
- Adapter ses arguments aux motivations de l'interlocuteur
- Réaliser des ventes additionnelles

■ CONCLURE LA VENTE AVEC SUCCÈS

- Savoir bien conclure
- Utiliser les atouts du magasin
- Inciter à l'achat immédiat
- Oser dire non au moment adapté
- Rassurer son client sur son achat
- Fidéliser ses clients

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DCSEC-CLITEC

Formation des techniciens à la relation client

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 2/02 - 15/10 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne travaillant avec de la clientèle.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Appréhender le relationnel du service technique
 - Faciliter et optimiser le contact par vos comportements
 - Utiliser efficacement les techniques de communication pour diagnostiquer la situation et proposer la solution
 - Traiter les objections avec assurance
 - Gérer commercialement les réclamations et litiges.

- **LA QUALITÉ DE SERVICE : L'EXIGENCE DES CLIENTS**
 - Identifier les moments critiques dans toute relation commerciale
 - L'image de marque de son entreprise à préserver
 - Distinguer besoins techniques et attentes relationnelles du client
 - Le double enjeu du technicien
 - Satisfaire par le service technique rendu au client
 - Fidéliser par la relation offerte à la personne
 - Mieux connaître ses attitudes spontanées (auto-diagnostic)
- **ÉTABLIR UN RAPPORT VALORISANT AVEC LE CLIENT**
 - Installer le respect réciproque
 - L'importance du non-verbal dès les premières minutes du face-à-face
 - Réussir la prise de contact
- **DIALOGUER CONSTRUCTIVEMENT AVEC UN CLIENT**
 - Personnaliser la relation client
 - Penser «solution»
 - Identifier les besoins et intervenir en fonction
 - Répondre à l'objection dans le respect et la fermeté
 - Terminer son intervention en laissant une «dernière bonne impression»
- **FAIRE FACE AUX SITUATIONS DÉLICATES**
 - Expliquer efficacement une consigne d'utilisation
 - Faire face au client insatisfait ou agressif
 - Oser dire non à une demande hors contexte en préservant la relation
 - Savoir s'affirmer en douceur quand le client exerce une pression
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

DCSEC-INTEL

Vendre ses prestations intellectuelles

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 29/06 - 23/11 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Mission commerciale intégrée dans le poste du participant.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Ingénieurs, chargés d'affaires, chefs de projets, informaticiens, consultants ou toute personne impliquée dans la relation client et l'atteinte d'objectifs commerciaux.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - S'approprier le processus commercial
 - Acquérir les bonnes pratiques d'un entretien de vente
 - Expérimenter la relation client dans ses phases techniques et comportementales.

- **L'ACTION COMMERCIALE**
 - Processus détaillé
 - Du ciblage au rebond
- **LES 4 GRANDS TYPES DE COMPORTEMENT ET L'ADAPTATION À SON INTERLOCUTEUR**
- **LA CONSTRUCTION DU DIALOGUE COMMERCIAL**
- **LE DÉROULÉ DE L'ENTRETIEN DE VENTE**
 - L'introduction gagnante
 - La découverte des besoins explicites et implicites
 - La présentation valorisée
 - Les techniques d'argumentation
 - La réponse aux objections
 - La négociation des contreparties
 - La conclusion constructive
- **LES INGRÉDIENTS D'UNE BONNE PROPOSITION**
 - Avec une formalisation efficace
 - Fond et forme
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

DCEFF-BTB

Maîtriser les techniques de vente en B to B

A l'issue de ce stage, vous serez capable d'optimiser votre argumentaire de vente, de traiter efficacement les objections de votre interlocuteur et de le convaincre

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 19/02 - 22/06 - 21/09 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne exerçant la fonction de commercial en B to B.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Optimiser votre argumentaire de vente
 - Traiter les objections
 - Mener un entretien de vente de façon à maximiser votre résultat
 - Connaître les postures justes à adopter en fonction des situations rencontrées.

■ PRÉPARER SON ARGUMENTAIRE

- Les notions de bases de l'argumentaire
- La méthode CAB (caractéristiques, avantages et bénéfices)
- La défense du prix et la levée des freins

■ UTILISER LES OBJECTIONS

- L'objection : une question souvent bien déguisée
- Développer une attitude positive face aux objections (maîtriser sa gestuelle)
- Identifier les objections (vraies et fausses)
- Démontre une objection en la reformulant
- Cinq techniques simples pour reprendre l'avantage
- Traiter l'objection prix et l'utiliser comme tremplin pour la conclusion

■ LES 5 «C» DE LA VENTE B TO B

■ SAVOIR CONVAINCRE EN SITUATION TENDUE

- La communication verbale et non verbale
- Le pouvoir de conviction

■ CONCLURE

- Guetter et identifier les signaux
- Comment prendre l'initiative de la conclusion en restant «soft»

■ PÉRENNISER SES ACTIONS

- Le suivi

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



DCEFF-BTC

Connaître les étapes d'un entretien de vente en B to C

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 28/05 - 12/11 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne à vocation commerciale en relation avec la clientèle.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Préparer et mener un entretien de vente
 - Communiquer et véhiculer une image positive.

■ PRISE DE RENDEZ-VOUS

- Par téléphone
- En porte à porte
- En galerie marchande
- Sur les foires de campagne et les marchés
- Sur les salons et foires internationales
- Avec son réseau

■ MOTIVATION DU PROSPECT

- Créer l'ambiance et l'intérêt
- Se présenter avantageusement
- Créer les motivations d'achat

■ PRÉSENTATION ET VALORISATION DU PRODUIT

- Comparaisons et spécificités
- La technique au service du client
- Les essentiels de la présentation du prix

■ PRÉSENTATION DE SA SOCIÉTÉ

- Historique
- Organigramme
- Positionnement sur le marché actuel
- Vendre ses compétences

■ PRÉSENTATION DE SON PRESSBOOK

- Créer son support
- Les différents types de support
- Déterminer le cheminement

■ OBTENTION D'UN ENGAGEMENT MORAL

- Rendre le moment solennel
- Sortir le produit du contexte financier
- Evincer la concurrence de la décision finale
- Appliquer la règle des 3 «oui»

■ CONCLUSION DE LA VENTE

- La motivation du prospect
- La présentation et la valorisation du produit
- Se vendre et vendre son entreprise
- Les essentiels de la présentation du prix

■ VENTE D'UN FINANCEMENT

- Maîtriser ses documents
- Motiver le client en parlant mensualité
- Présentation de l'organisme de financement
- Défendre les intérêts de l'entreprise
- Amener le client à choisir une formule
- Verrouiller la signature du financement

■ CONSOLIDATION DE SA VENTE

- Les actions qui scellent l'accord
- Les documents
- Verrouiller la signature
- Obtenir des adresses

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DCEFF-STRA

Construire sa stratégie commerciale

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 16 /04 - 17/12 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Dirigeants, responsables commerciaux, responsables de centres de profits.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Clarifier votre projet commercial
 - Etablir un diagnostic de son portefeuille commercial actuel, clients et prospects
 - Définir des actions commerciales pertinentes pour conquérir de nouveaux clients et fidéliser les clients existants
 - Hiérarchiser et allouer les moyens nécessaires
 - Vous doter d'outils pour suivre la mise en oeuvre du plan d'action commercial.

- **LES ANALYSES DE L'EXISTANT**
 - Par segment
 - Par client
 - Par couple client / marché
- **L'ANALYSE DE L'ENTREPRISE SUR SON MARCHÉ ET LA DÉFINITION DE SON POSITIONNEMENT**
 - La construction de la matrice SWOT (forces / faiblesses / opportunités / menaces)
- **L'ÉLABORATION DE LA STRATÉGIE COMMERCIALE À PARTIR DES DONNÉES INTERNES ET EXTERNES**
- **LA FORMALISATION DES AXES PRIORITAIRES DÉCLINÉS EN PLAN D'ACTION COMMERCIAL AVEC INTÉGRATION DES OUTILS MARKETING**
 - La construction de tableaux de bord commerciaux
 - Le pilotage de l'activité et le suivi des résultats
 - L'élaboration de son plan d'action commercial
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

DCEFF-PNL

Vendre et négocier avec la PNL

- **DURÉE :** 3 jours (21h)
- **TARIF :** Paris - 1785 € HT
Province - 1785 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 26/01 - 5/08 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne montant en responsabilité, amenée à négocier, à gérer tous styles d'échanges professionnels et de réunions, et à prendre la parole devant des publics variés.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Améliorer sa communication afin de développer son efficacité relationnelle et ainsi gagner en influence et en impact.

- **PRENDRE CONSCIENCE DE SON PROPRE FONCTIONNEMENT, DE SON STYLE ET DE SON IMPACT SUR LES AUTRES**
 - Identifier ses difficultés à se faire comprendre et à faire adhérer les autres
- **APPROFONDIR L'UTILISATION DES TECHNIQUES DE LA COMMUNICATION**
 - Instaurer un climat de confiance
 - Développer sa faculté d'écoute
 - Clarifier la communication
 - Explorer le point de vue de ses interlocuteurs pour y répondre efficacement
 - Evaluer l'impact de la communication verbale et de la communication non verbale
- **DÉVELOPPER SON ART DE LA NÉGOCIATION ET DE LA CONVICTION**
 - Anticiper les questions et les objections
 - Intégrer le point de vue de son interlocuteur pour mieux faire passer ses idées
 - Prendre du recul pour mieux appréhender les enjeux d'une situation
 - Gérer ses émotions
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

DCEFF-TEL

Savoir vendre et argumenter par téléphone

A l'issue de ce stage, vous serez capable d'utiliser le téléphone de manière efficace afin d'obtenir des rendez vous ciblés et de développer vos ventes.

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 9/03 - 3/09 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne en contact avec des clients par téléphone.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Traiter aussi bien des appels entrants que sortants
 - Commercialiser des produits et prendre des RDV
 - Gérer toutes les situations rencontrées par téléphone lors d'un acte de vente.

- **UTILISER LE TÉLÉPHONE DE MANIÈRE EFFICACE**
 - Les différentes phases de la communication par téléphone
 - Les compétences du communicant
 - Les principes pour améliorer la communication
- **PRENDRE CONTACT AVEC UN SOCIÉTAIRE**
 - L'identification et la qualification de l'interlocuteur
 - La présentation
 - La phase d'accroche
- **RÉALISER UNE BONNE DÉCOUVERTE DU SOCIÉTAIRE**
 - Situation et besoins
- **LA PRÉPARATION ET LES PRÉCAUTIONS À PRENDRE EN FONCTION D'UN CONTEXTE**
 - Rebondir commercialement
 - Argumenter sur un ou plusieurs produit(s)
 - Les notions de bases de l'argumentaire
- **TRAITER LES OBJECTIONS**
 - Anticiper les objections
 - Traiter les objections par des techniques de communication
- **CONCLURE UN ENTRETIEN COMMERCIAL ET PRENDRE CONGÉ DE SON INTERLOCUTEUR**
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud



DCEFF-APPEL

Transformer un appel entrant en action de vente

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 6/05 - 1/10 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Assistants commerciaux, téléconseillers et téléopérateurs.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Acquérir les techniques de vente en réception d'appels
 - Pratiquer le rebond commercial
 - Conclure des ventes pérennes
 - Optimiser à la fois les ventes et la relation client.

- **DÉVELOPPER LA VALEUR AJOUTÉE DE CONSEILLER**
 - Mieux connaître les attentes des clients aujourd'hui
 - Les 3 casquettes du conseiller
 - Les conditions à réunir pour conseiller efficacement le client
 - La méthode REA-C-TIF : un fil rouge pour conduire l'entretien
- **ACCUEILLIR LE CLIENT ET SATISFAIRE SA DEMANDE INITIALE**
 - Représenter son entreprise
 - Développer son écoute et sa faculté d'empathie
 - Tenir compte du contexte client
 - Questionner pour comprendre la demande et la qualifier
 - La reformulation
 - Satisfaire sa demande initiale
- **IDENTIFIER LES OPPORTUNITÉS D'ÉLARGIR LA VENTE**
 - Vente additionnelle, vente au rebond : comment vendre plus ?
 - Les techniques pour élargir la conversation
 - Comment préserver la relation client ?
- **APPORTER UNE SOLUTION ADAPTÉE POUR RÉALISER UNE VENTE PÉRENNE**
 - Creuser le contexte client
 - Le diagnostic
 - Construire un argumentaire structuré pour convaincre
 - Entendre les objections pour mieux les traiter
- **FACILITER LA DÉCISION D'ACHAT ET RENFORCER LA RELATION CLIENT**
 - Savoir capter les signaux du client
 - Susciter la décision
 - Rester conseiller du client jusqu'au bout
 - Valider la satisfaction du client
 - Récapitulation et prise de congé
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

DCEFF-ECOM

Le E-commerce

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 23/02 - 13/08 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne ayant des responsabilités en rapport avec le e-commerce.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Développer un projet de commerce en ligne efficace
 - Optimiser le référencement et la présence des produits en ligne
 - Comparer et choisir les outils e-commerce (plateformes, développement sur mesure...)
 - Développer un relationnel client : recrutement et fidélisation en ligne.

■ COMPRENDRE LE E-COMMERCE

- Les fondamentaux : cycle de vie d'un site, typologie de sites e-commerce, panorama des sites
- Les tendances et les évolutions de l'e-commerce
- L'environnement juridique de l'e-commerce
- Les comportements d'e-shoppers

■ OPTIMISER SON OFFRE E-COMMERCIALE

- Qualité, ergonomie et efficacité d'un site
- Le choix des outils : zoom, video, images, interactivité... affiner ses campagnes
- Optimiser l'expérience d'achat client / l'e-tracking
- Le cycle de vente : le cycle de la commande (envisager l'option vente à l'international) et l'ensemble des infrastructures humaines à mettre en place
- La performance économique du site : les indicateurs, testing et outils d'analyse

■ ASSURER LA PROMOTION DU E-COMMERCE

- Le e-marketing
- GRC et marketing direct : gérer et fidéliser une clientèle Web B to C ou B to B
- Les sources de trafic : e-pub, affiliation, référencement payant, sources externes, guide d'achats, annuaires, portails

■ PILOTER UNE CAMPAGNE E-COMMERCIALE MULTICANAL (À COURT TERME)

- Mots clés et référencement naturel
- liens commerciaux et emailing
- Profiter du multicanal : réseaux sociaux, médias, mobiles et tablettes
- Facteur de réussite d'une campagne
- Evaluer les retombées d'une campagne

■ PILOTER UNE STRATÉGIE GLOBALE ET ANTICIPER LES ÉVOLUTIONS

- Mise en oeuvre à long terme : communication nouvelle génération (Web 2.0, réseau social, marketing viral)
- Etre en veille permanente

DCEFF-ACH

Vendeurs : Sachez comment raisonnent les acheteurs

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 20/04 - 21/09 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Commerciaux et toute personne en charge des négociations auprès d'un service Achats.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Comprendre et analyser les comportements des acheteurs pour développer ses qualités de négociateur.

■ COMPRENDRE LE FONCTIONNEMENT D'UN ACHETEUR

- Connaître le processus d'achat
- Evaluer les différents types d'acheteurs
- Savoir ce que pense l'acheteur du vendeur
- Connaître la démarche de prospection des acheteurs
- Préparer un dossier client
- Savoir préparer une stratégie de négociation
- Autodiagnostic de votre mode de négociation
- Définir vos objectifs, le plan d'action et la stratégie
- La stratégie de consultation des acheteurs

■ LA GESTION DE L'ENTRETIEN

- Apprendre à connaître et convaincre son interlocuteur sur le plan psychologique
- Connaître ses questions et savoir répondre aux objections

■ SAVOIR NÉGOCIER

- Défendre votre position et résister
- Comment pour chaque concession obtenir une contrepartie
- Connaître les techniques et tactiques des acheteurs les plus fréquentes
- Repérer les signes d'assentiments
- Savoir reformuler les besoins de l'acheteur

■ SAVOIR CONCLURE UN ACCORD GAGNANT-GAGNANT

- Savoir verrouiller pour ne pas revenir en arrière
- Inciter au passage à l'acte pour obtenir une prise de décision

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DCEFF-INFLU

Commerciaux : développez votre pouvoir d'influence

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 18/06 - 2/11 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne en relation avec des clients.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
- Mieux cerner vos interlocuteurs clients
- Communiquer plus efficacement
- Influencer sans manipuler.

■ DÉVELOPPER SON INFLUENCE

- Idées reçues sur l'influence
- Adopter un mode de communication efficace
- Le langage du changement et de l'influence
- Les différents types de personnalités et leurs attentes
- Différences entre influence et manipulation
- Ligne jaune à ne pas franchir
- Meilleures techniques pour influencer sans manipuler

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DCEFF-CNC

Commercial pour non commerciaux

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 19/01 - 27/07 - 21/12 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne étant en relation avec des prospects ou des clients.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
- Adopter les bons réflexes en face à face avec le client
- Savoir vous positionner comme vendeur et négociateur occasionnel
- Savoir écouter votre client et vous synchroniser sur ses besoins.

A l'issue de ce stage, vous aurez acquis les techniques nécessaires pour obtenir des rendez vous ciblés et développer votre portefeuille clients.

■ EFFICACITÉ COMMERCIALE

- Les différents styles de ventes et de vendeurs
- Idées reçues sur la vente et les vendeurs
- Principes aidants de la vente
- Le canevas de la vente
- Adopter un mode de communication aidant
- L'art du questionnement
- Savoir reformuler le besoin de son client
- Quand et comment parler du prix ?
- Principes aidants de la négociation
- Savoir conclure

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



DCSUI-FID

Suivre et fidéliser son portefeuille clients

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 2/03 - 4/06 - 23/11 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Les commerciaux, technico-commerciaux et vendeurs dans les secteurs de l'industrie, de la distribution, du négoce et auprès des particuliers.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
- Savoir mettre en oeuvre une stratégie de fidélisation.

- **FIDÉLISATION ET MISE EN PERSPECTIVE**
 - Pourquoi la fidélisation est-elle en plein essor ?
 - Le rôle de la fidélisation dans l'amélioration de l'efficacité commerciale et de la compétitivité face à la concurrence
- **LA «CULTURE CLIENT»**
 - En quoi consiste-t-elle ?
 - Comment la développer au sein de l'entreprise ?
- **DÉFINIR ET METTRE EN OEUVRE LA STRATÉGIE DE FIDÉLISATION CLIENT**
 - Définir la stratégie de fidélisation
 - Savoir à quoi et quand fidéliser
 - Segmenter la clientèle selon des axes précis
 - Identifier les facteurs moteurs et les attentes de chaque segment de clientèle
 - Mettre en oeuvre la stratégie de fidélisation
 - Mettre en place, pérenniser et améliorer les règles
 - Exemplarité de l'accueil
 - Qualité et réactivité dans la formulation de devis et la prise de commande
 - Réduction des délais de livraison
 - Amélioration de la qualité de la facturation
 - Traitement irréprochable des réclamations en SAV
 - Services complémentaires à la prestation principale
- **PILOTER UNE OPÉRATION OU UN PROGRAMME DE FIDÉLISATION**
 - Principales étapes d'un programme de fidélisation
 - Créer et gérer la base de données marketing
 - Utiliser les bons outils marketing pour fidéliser
 - Clubs de clientèle, cartes de fidélité, invitations et cadeaux pour les segments les plus importants
 - Les actions de marketing direct (mailing, e-mailing)
- Les actions de promotion (produit, prix)
- Analyser l'efficacité des actions de fidélisation
- Mesurer la rentabilité de la fidélisation
- Accroître la productivité de la force de vente en fidélisant
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

DCSUI-CLIDIF

Gérer les clients difficiles

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 23/04 - 7/09 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Commerciaux, assistants commerciaux, chargés de clientèle, techniciens SAV.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Connaître les principes qui sous-tendent au traitement d'un client mécontent
 - Utiliser les 4 qualités relationnelles pour atténuer les tensions
 - Répondre aux remarques et objections des clients
 - Faire face à une diversité de cas de clients mécontents
 - Gérer ses émotions en situation de tension.

- **LES PRINCIPES DE LA COMMUNICATION POUR PRENDRE CONSCIENCE DE SON PROPRE COMPORTEMENT ET SON IMPACT SUR SON INTERLOCUTEUR**
 - La notion de filtre
 - Les 2 obstacles dans la perception de la réalité d'une situation
 - Les principes de gestion de la réclamation client
 - Les déclencheurs de l'agressivité
 - L'échelle de l'agressivité
 - Les 9 conseils pour se protéger
 - Les bons réflexes comportementaux
- **LES BASES DE LA COMMUNICATION EN SITUATION DE TENSION**
 - Les attitudes d'écoute active
 - La reformulation
 - Le schéma de la communication
 - La verbalisation des émotions
 - La pratique de l'empathie
- **LES BONS OUTILS POUR FAIRE FACE AUX OBJECTIONS**
 - L'utilisation d'un langage adapté
 - Le questionnement
 - La méthode de l'accusé-réception
- **LES TECHNIQUES DE BASE POUR GÉRER L'INSATISFACTION CLIENT**
 - La technique de la pacification
 - La technique de l'isolement
 - La trame de traitement d'une réclamation
 - Le malentendu
 - La technique de «parole contre parole»
 - La technique du «transfert»
 - Savoir dire non
 - La technique du disque rayé
- **L'IMPACT ÉMOTIONNEL DANS UNE SITUATION DÉLICATE**
 - La fonction utile des émotions
 - La prise en compte de l'impact et de l'intensité des émotions
 - Les moyens de gérer les émotions
 - L'acceptation
 - La verbalisation
- **LES TECHNIQUES COMPLÉMENTAIRES POUR FAIRE FACE AUX CAS LES PLUS DÉLICATS**
 - La technique de l'absurde pour faire face à des clients de mauvaise foi
 - La technique de l'exception
 - La requête alpha
 - L'appel à l'autorité
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

DCSUI-CTX

Relations clients et contentieux

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 26/02 - 30/07 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ **PUBLIC CONCERNÉ**
Responsables ou collaborateurs d'un service commercial / clients / recouvrement ou contentieux, responsables ou collaborateurs d'un service financier, comptable ou administratif.

■ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
- Maîtriser les différents outils de prévention et de suivi du risque client
- Accélérer l'encaissement des créances commerciales
- Elaborer une politique de crédit client évitant le recours aux procédures de recouvrement précontentieuses ou contentieuses.

■ **MESURER TOUS LES ENJEUX DU RISQUE CLIENT**

- Le crédit inter-entreprises
- L'appréciation du portefeuille clients et du risque de crédit de l'entreprise
- Définir une politique de crédit au sein de l'entreprise
- La fonction crédit manager au sein de l'entreprise
- La mise en place des procédures et de l'organisation du crédit client

■ **RECHERCHER L'INFORMATION ET ÉVALUER LE RISQUE**

- La recherche d'information : les sources internes et externes
- Les différents types d'information externes
- Les sources légales, les agences de renseignements, les autres sources
- La gestion de l'information
- L'évaluation du risque
 - Analyse financière
 - Crédit-scoring (Conan et Holder, Banque de France, score AFDC2)
 - Méthode des points de risque
 - Ranking

■ **DÉFINIR ET SUIVRE UNE LIGNE DE CRÉDIT**

- Le processus de décision
- Les différentes méthodes envisageables (analyse comptable, méthode sectorielle...)
- Le scoring et le calcul d'un score
- Les événements impliquant la révision de la ligne de crédit
- Le recours à l'affacturage et à l'assurance crédit
- Le recouvrement
 - Relance interne
 - Recours à des organismes extérieurs

■ **GÉRER ET SUIVRE LE RISQUE CLIENT**

- Les états de suivi du risque
 - Dépassements
 - Balance âgée
 - Suivi des encaissements
 - Gestion active de l'encours client
- Les tableaux de bord et le suivi de l'activité du service crédit
- Le coût et la rentabilité de la gestion du crédit

■ **SYNTHÈSE DE LA SESSION**

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

VOTRE INSCRIPTION ÉTAPE PAR ÉTAPE

1 - Vous choisissez votre formation

Dans notre catalogue
Sur notre site web www.m2iformation.fr
Dans notre catalogue interactif (www.m2iformation.fr)

2 - Vous complétez le bulletin d'inscription

en page 147 et l'adrezsez par fax 01 44 53 36 10 (fax centralisé) ou au N° de fax de votre centre régional habituel (coordonnées complètes fin de catalogue)

Ou

Vous effectuez une pré-inscription sur notre site web

Inscription Express www.m2iformation.fr

Ou

Vous adressez un e-mail à notre service clients :

client@m2iformation.fr en stipulant la formation choisie, les dates et le lieu ainsi que l'ensemble de vos coordonnées postales et téléphoniques

Ou

Vous pouvez également nous adresser votre bulletin d'inscription par courrier à M2i Formation

146-148 rue de Picpus 75012 Paris ou nous contacter au 0 810 007 689

3 - Dans tous les cas, vous recevrez une confirmation de votre inscription

Si toutefois, le stage était complet à la date souhaitée, votre conseiller formation vous proposera d'autres dates

4 - Vous recevrez ensuite une convocation et un plan d'accès

pour vous rendre à votre formation

Si vous hésitez sur le choix de votre formation, vous souhaitez obtenir un devis personnalisé ou des informations sur le financement de votre formation, faites-vous aider par nos conseillers formation :



PRIX D'UN APPEL LOCAL DEPUIS UN POSTE FIXE

Nous simplifions au maximum les formalités administratives ; nos convocations sont adressées par e-mail accompagnées du plan d'accès du centre concerné. Nos conseillers formation peuvent vous adresser des documents complémentaires comme des questionnaires d'évaluation de niveau, des contenus de cours spécifiques, des informations liées à nos méthodes de formation. Vous pouvez également recevoir la liste des hôtels ou restaurants à proximité de nos centres de formation, ou les consulter sur notre site internet.



▶ M2i Formation, une entreprise éco-responsable...



▶ La dématérialisation, c'est quoi ?

La dématérialisation est le remplacement dans une entreprise ou une organisation de ses supports d'informations matériels (souvent en papier) par des fichiers informatiques et des ordinateurs, jusqu'à la création de «bureau sans papier» ou «zéro papier» quand la substitution est complète.

▶ Notre démarche...

Débutée avec la réalisation d'un kit stagiaire écologique (bloc et stylo en matériaux recyclés), M2i Formation a continué sa démarche éco-responsable avec l'introduction, depuis le mois de septembre 2014, de support de cours numériques.

Dans un premier temps, ce changement concerne toutes les formations Bureautique (Word, Excel, PowerPoint, Access, Outlook...).

Par ces différentes actions, M2i contribue à la réduction de l'empreinte écologique grâce à la suppression progressive du papier et donc de l'acheminement des supports.



Notre kit stagiaire écologique

▶ Quels changements pour vous ?

En plus de l'aspect écologique, l'arrivée des supports numériques ne cessera d'augmenter notre réactivité à votre encontre.

Les avantages pour nos stagiaires sont multiples :

- › Possibilité de fournir immédiatement un support différent en cas de changement du niveau souhaité
- › Supports disponibles instantanément par téléchargement en ligne
- › Supports consultables au format html pour une meilleure lisibilité
- › Facilité de recherche au cœur du support numérique grâce à la recherche par mots clés
- › Création de notes et signets personnels
- › Génération d'un fichier pdf de la page en cours



ACHATS

Les Achats au service de la stratégie de l'entreprise.

Représentant en moyenne 60% du chiffre d'affaire des entreprises Européennes, le service achats est la fonction la plus efficiente pour préserver et améliorer les marges des entreprises.

Face à ce constat, M2i vous propose des formations opérationnelles et stratégiques pour acquérir et mettre en place une politique d'Achats efficace. Gestion des coûts, négociations, création de véritables partenariats durables avec les fournisseurs, la fonction Achats est en perpétuelle évolution et son efficacité requiert la plus grande attention.

Les experts M2i mettront donc de nombreux outils à votre disposition pour construire une stratégie d'achat cohérente avec les objectifs globaux de l'entreprise.

Découvrez ci-dessous les formations d'1 à 3 jours qui couvrent à la fois les achats dans les secteurs publics et privés.

Nos experts



ALAIN

Directeur des Achats dans un grand groupe industriel américain durant de nombreuses années, aujourd'hui consultant dans le domaine des Achats et du Management en France et à l'international, Alain s'appuie sur des outils et techniques éprouvées pour accompagner les entreprises.

Toutes ces années d'expérience, lui permettent d'intervenir dans différents domaines : Achats, management, négociation, gestion de crise et développement personnel.



THIERRY

Formateur et coach depuis 2011, Thierry possède une double compétence : Responsable Achat et Responsable commercial.

Thierry accompagne les entreprises dans la définition de leur stratégie achat et le pilotage de la performance individuelle et collective.

Il propose des outils et conseils pratiques, directement opérationnels, et s'appuie sur des exercices et mises en situations afin de favoriser les interactions entre les participants. Ses formations sont concrètes, dynamiques et interactives.



LOUIS

Louis, de formation ESAP, Spécialiste des achats internationaux, a exercé durant plus de 28 ans des fonctions de Directeur des achats dans des entreprises internationales notamment dans le domaine de l'électricité basse tension et l'automobile.

Il a participé à la mise en place de services achats en Inde et en République Tchèque.

Aujourd'hui, il assure en free-lance des formations, du conseil et du coaching en achat dans des entreprises françaises et africaines sur des domaines différents tels que l'aéronautique, la pharmacie, l'automobile, les banques, le pétrole, les mines.

L'organisation ou la réorganisation de service achats est également son domaine d'expertise.

LES MÉTIERS ACHATS

p. 53

Formation pratique des acheteurs et aide-acheteurs.....	p.	53
Achats pour non-acheteurs ou acheteurs débutants	p.	53
Les achats de formation : Méthodes et outils.....	p.	54
Les achats de prestations	p.	54

NÉGOCIATION ACHATS

p. 55

La négociation d'achats - Niveau 1	p.	55
La négociation d'achats - Niveau 2	p.	55



ACHATS SPÉCIFIQUES MARCHÉS PUBLICS

p. 56

Approche des techniques d'achat dans le secteur privé	p.	56
---	----	----

DCACH-FORM

Formation pratique des acheteurs et aide-acheteurs

- **DURÉE :** 3 jours (21h)
- **TARIF :** Paris - 1785 € HT
Province - 1785 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 1/04 - 14/09 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne ayant la responsabilité des achats et désireuse d'améliorer rapidement son efficacité dans ce poste.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Comprendre la stratégie générale de l'entreprise et contribuer à l'élaboration et à la mise en oeuvre de la politique achat
 - Identifier, sélectionner, évaluer les fournisseurs et justifier votre choix
 - Décomposer un prix d'achat
 - Travailler plus efficacement avec vos clients internes
 - Utiliser les outils d'aide à la décision et assurer la traçabilité de vos choix
 - Négocier de façon efficace.

■ L'IMPORTANCE DES ACHATS DANS L'ENTREPRISE

- Le rôle de l'acheteur
- Le classement ABC
- Le processus achat
- Les enjeux de l'achat

■ LES TERMES ET LE CONTRAT «D'ACHAT»

- La demande d'achat
- La spécification d'achat
- Le cahier des charges
- Les appels d'offre
- Les points clés d'un contrat
- Comprendre le processus achat

■ LA TECHNIQUE DE L'ANALYSE D'UN PRIX

- La structure d'un prix
- Les différents types de prix
- La conception à coût objectif
- Amener un vendeur à décomposer son prix

■ LES OUTILS DE PILOTAGE DU SERVICE ACHAT

- Le principe du tableau de bord des achats
- Le tableau de bord des achats industriels

■ L'ANALYSE DES RISQUES ET MARKETING ACHAT

- Les contraintes de l'achat
- Les risques liés à ces contraintes
- Les opportunités
- Les tactiques

■ CHOISIR ET ÉVALUER SES FOURNISSEURS

- Mettre en place une politique d'achat
- La préparation
- La méthode de consultation
- Le tableau de recueil de données et les principes de l'évaluation
- L'audit fournisseur
- Les capacités du fournisseur
- Les moyens du fournisseur
- Les critères de sélection

■ INITIATION À LA NÉGOCIATION

- Négocier c'est communiquer
- Savoir être
- Les techniques relationnelles
- Les techniques et tactiques d'achat
- La fixation des objectifs
- La stratégie de négociation
- L'argumentaire de l'acheteur
- Savoir réfuter l'objection
- Relancer et conduire un entretien efficace

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DCACH-ACHE

Achats pour non-acheteurs ou acheteurs débutants

- **DURÉE :** 3 jours (21h)
- **TARIF :** Paris - 1785 € HT
Province - 1785 € HT1
- **DATES** (de début de session) :
- 16/03 - 1/07 - 7/12 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne amenée à réaliser des achats.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Comprendre la stratégie générale de l'entreprise et contribuer à l'élaboration et à la mise en oeuvre de la politique achat
 - Identifier, sélectionner, évaluer les fournisseurs et justifier votre choix
 - Travailler plus efficacement avec vos clients internes
 - Savoir Négocier.

■ L'IMPORTANCE DES ACHATS DANS L'ENTREPRISE

- Le rôle de l'acheteur
- Le classement ABC
- Le processus achat
- Les enjeux de l'achat

■ LES TERMES ET LE CONTRAT «D'ACHAT»

- La demande d'achat
- La spécification d'achat
- Le cahier des charges
- Le processus achat
- Les appels d'offre
- Les points importants du contrat

■ LES ENJEUX

- La politique achat
- Les contraintes
- Les stratégies achats
- Les tactiques achats

■ L'INFORMATION

- Les sources d'information

■ EVALUATION ET SÉLECTION DU FOURNISSEUR

- La préparation
- L'audit

■ LES TECHNIQUES D'ACHAT ET LA NÉGOCIATION

- Les techniques
- Les tactiques
- Préparation à la négociation
- Les points à négocier

■ INITIATION À LA NÉGOCIATION

- Négocier c'est communiquer
- Savoir être
- Les techniques relationnelles
- Les techniques et tactiques d'achat
- La fixation des objectifs
- La stratégie de négociation
- L'argumentaire de l'acheteur
- Savoir réfuter l'objection
- Relancer et conduire un entretien efficace

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DCACH-AFORM

Les achats de formation : Méthodes et outils

- **DURÉE :** 1 jour (7h)
- **TARIF :** Paris - 595 € HT
Province - 595 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 4/02 - 24/06 - 18/11 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Tout public exerçant des achats dans le cadre de son activité.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Identifier les procédures de l'achat de formation
 - Identifier les différentes étapes de l'achat de formation
 - Apprendre à rédiger un cahier des charges de la formation
 - Mettre en pratique les méthodes et outils pour sélectionner un organisme de formation
 - Evaluer les points clés sur le suivi de formation.

- **L'ANALYSE DU BESOIN ET SES MÉTHODES**
 - Principe et méthodes de l'analyse du besoin
 - L'analyse fonctionnelle
- **LA FORMULATION DU BESOIN ET LE CAHIER DES CHARGES**
 - La détermination définitive de la prestation de formation
 - La préparation du dossier de consultation
 - Le processus d'achat de la formation
 - Le cahier des charges
- **MÉTHODES ET OUTILS DE QUALITÉ POUR LA SÉLECTION D'UN ORGANISME DE FORMATION**
 - La démarche qualité en formation
 - Les méthodes pédagogiques
 - Les outils pédagogiques
 - Le programme de formation
 - L'organisme de formation
 - Le choix de l'intervenant
 - Le critère «prix»
- **POINTS CLÉS DU SUIVI DE LA FORMATION**
 - Les évaluations «à chaud» de la formation
 - Les évaluations des objectifs pédagogiques
 - Les évaluations «à froid» de la formation
 - Le suivi
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

DCACH-PRES

Les achats de prestations

- **DURÉE :** 1 jour (7h)
- **TARIF :** Paris - 595 € HT
Province - 595 € HT1
- **DATES** (de début de session) :
- 6/05 - 7/10 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Tout public exerçant des achats dans le cadre de son activité.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Identifier les procédures de l'achat de prestation
 - Identifier les différentes étapes de l'achat de prestation
 - Rédiger le cahier des charges
 - Mettre en pratique les méthodes et outils pour sélectionner le fournisseur.

- **LES ENJEUX DE L'ACHAT DE PRESTATIONS**
 - La notion d'externalisation
 - L'obligation de moyens et de résultats
- **L'ANALYSE DU BESOIN ET SES MÉTHODES**
 - Principe et méthodes de l'analyse du besoin
- **LA FORMULATION DU BESOIN ET LE CAHIER DES CHARGES**
 - La détermination définitive de la prestation
 - La préparation du dossier de consultation
 - Le cahier des charges
 - Cas concrets d'établissement d'un cahier des charges
- **LE CHOIX DU PRESTATAIRE**
 - Sélection et consultation des prestataires
 - Analyser les offres
 - Le choix du prestataire
 - La négociation le contrat
- **LE SUIVI ET LE CONTRÔLE**
 - La réception
 - Les outils de suivi et les moyens d'évaluation de la conformité
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

DCACH-NEG

La négociation d'achats - Niveau 1

A l'issue de ce stage, vous aurez acquis les techniques de base de négociation qui vous permettront d'argumenter, de reformuler et de conclure votre négociation.

- **DURÉE :** 3 jours (21h)
- **TARIF :** Paris - 1785 € HT
Province - 1785 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 25/02 - 18/05 - 23/09 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Responsables d'achats, acheteurs expérimentés ou toute personne amenée à négocier avec un fournisseur.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Confronter différentes approches et méthodes de négociation
 - Savoir préparer de façon utile chaque négociation et en comprendre l'importance
 - Diagnostiquer votre propre style de négociation, et l'adapter lors des étapes de la négociation
 - Discerner le mode de communication de votre interlocuteur afin de créer une situation favorable à la négociation.

■ LA PLACE DES ACHATS DANS L'ENTREPRISE

- La mission des achats
- Les enjeux
- Le processus achat
- Le contrat
- La commande : ferme, cadencée et ouverte

■ COMMUNICATION ET NÉGOCIATION

- Ethique et négociation
- Négocier, c'est communiquer ?
- Les qualités du négociateur
- L'écoute
- Le climat de la négociation
- Les techniques et tactiques d'achat
- La stratégie et la préparation de la négociation
- Relancer et conduire un entretien efficace

■ LES TECHNIQUES ET TACTIQUES D'ACHAT

- La « technique du salami »
- La technique du bilan
- La technique d'élargissement
- La technique du faux pivot
- Les tactiques de coopération
- Les tactiques de pression

■ LE DÉROULEMENT DE LA NÉGOCIATION

- Le savoir être
- Le registre de la communication
- La synchronisation avec l'interlocuteur
- Le système des représentations sensorielles
- La reformulation
- Le savoir-faire

■ LES ÉTAPES DE LA NÉGOCIATION

- Savoir fixer un prix
- Adapter son style aux différentes étapes
- La cotation des fournisseurs
- La stratégie de consultation
- Le questionnement : maîtrise de l'entretien
- Les arguments de l'acheteur
- Savoir réfuter l'objection

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



DCACH-NEG2

La négociation d'achats - Niveau 2

A l'issue de ce stage, vous aurez acquis les outils nécessaires pour mener à bien des négociations difficiles en instaurant un climat favorable et en améliorant vos capacités de négociateur.

- **DURÉE :** 3 jours (21h)
- **TARIF :** Paris - 1785 € HT
Province - 1785 € HT1
- **DATES** (de début de session) :
- 23/03 - 6/07 - 23/22 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Être un acheteur confirmé ou avoir suivi le cours DCACH-NEG "La négociation d'achats - Niveau 1".
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Responsables d'achats, acheteurs expérimentés ou toute personne amenée à négocier avec un fournisseur.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Confronter différentes approches et méthodes de négociation
 - Diagnostiquer votre propre style de négociation, savoir l'adapter lors des étapes de la négociation
 - Discerner le mode de communication de votre interlocuteur afin de créer une situation favorable à la négociation
 - Augmenter votre efficacité dans la négociation.

■ POINT SUR LES PRATIQUES ET LES CONNAISSANCES DES PARTICIPANTS

■ DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

■ LES PHASES DE L'ENTRETIEN

■ CRÉATION D'UN CLIMAT FAVORABLE

■ LES ÉLÉMENTS CLÉS DE LA NÉGOCIATION

■ ADAPTER SES TACTIQUES DE NÉGOCIATION AU PROFIL DE SON INTERLOCUTEUR

■ TRAVAILLER SUR SOI ET CONNAÎTRE LE PROFIL DE L'INTERLOCUTEUR AVEC LA PNL

■ DÉSAMORCER L'AGRESSIVITÉ ET GÉRER LE CONFLIT

■ MENER UNE NÉGOCIATION EN GROUPE

■ L'OCCUPATION DE L'ESPACE

■ EXERCICES D'APPLICATION, TESTS, VIDÉOS

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



■ DURÉE :	2 jours (14h)
■ TARIF :	Paris - 1190 € HT Province - 1190 € HT
■ DATES (de début de session) :	- 2/04 - 28/09 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr	
■ PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
■ PUBLIC CONCERNÉ	Toute personne du secteur public en charge des achats et négociations, dans le cadre de ses activités.
■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	- Comprendre et analyser les techniques d'achat des acheteurs du secteur privé afin d'appliquer des outils éprouvés.

■ PROCESSUS OPÉRATIONNEL DES ACHATS

- Analyse comparative entre les entités publiques et les entreprises
- Présentation de la fonction «Achat» en entreprise
- Rôle et importance de la fonction
- Analyse du besoin
- Le processus d'achat

■ L'AUDIT

- Evaluation et sélection du processus d'évaluation des fournisseurs / prestataires
- Techniques d'analyse des offres : approche public / privé
- Le choix du fournisseur / prestataire

■ LA NÉGOCIATION

- La négociation : approche public / privé
- La stratégie de consultation des acheteurs
- Savoir préparer une stratégie de négociation
- Autodiagnostic de votre mode de négociation
- Les techniques et tactiques des acheteurs du secteur privé
- Définir vos objectifs, le plan d'action et la stratégie

■ LA GESTION DE L'ENTRETIEN

- Apprendre à connaître et convaincre son interlocuteur sur le plan psychologique
- Savoir négocier
- Savoir conclure l'accord

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

Démarche pédagogique

Nos intervenants, hommes et femmes de terrain, tirent leurs expériences métier de leur parcours et pratique professionnels. Ils ont à cœur de transmettre leur savoir à travers une vision commune qui allie l'écoute, la réflexion, l'exigence, et le souci constant de la progression de chacun des élèves.

Chez M2i Formation, nous privilégions une approche pragmatique de l'enseignement. Nos cours sont essentiellement constitués d'exercices pratiques et concrets. Ainsi, nos élèves peuvent tout de suite déceler leurs éventuelles difficultés de prises en main et les résoudre en groupe ou en individuel avec l'aide du formateur.

GESTION DE PROJETS

Définition, pilotage et opérationnalité de la conduite de projet.

Les formations M2i en gestion de projet sont conçues et conduites par des intervenants hautement qualifiés dont leur premier projet est de vous guider vers l'efficacité.

Définition d'un cahier des charges, gestion budgétaire ou management, les missions du chargé de projet couvrent un large spectre de compétences. Les formateurs M2i sont tous des professionnels en management d'équipes et de projet et optimisent chaque module en fonction des réalités terrain.

C'est pourquoi M2i propose une large gamme de formations de 2 à 5 jours en gestion de projet : analyse fonctionnelle, analyse de la valeur, formation destinée aux membres de l'équipe projet, planification avec MS Project.

L'efficacité et l'attractivité de nos formations résident dans le fait que nous privilégions une approche méthodologique des différents outils utilisés par le chef de projet.

Nos experts



SYLVIE

Professeur d'EPS, Entraîneur national Formation et Haut-Niveau en triathlon, enseignante en master2 à l'Université Claude Bernard Lyon, intervenante à l'EGC Nord Isère, Sylvie combine ses compétences en ingénierie de formation et en pédagogie, avec son savoir-faire projet.

Elle les met depuis 10 ans au service des administrations et entreprises publiques et privées, en créant une méthode originale d'enseignement du management de projet propre à développer les capacités d'action. L'approche est résolument pragmatique, outillée, sociale et humaine.

Animatrice de sessions de formation inter et intra entreprises, elle accompagne et conseille aussi les organisations dans l'implantation des méthodes projet et des Bureaux de Projet.



LAYACH

Layach est formateur et coach en gestion de projet, Certifié PMP et titulaire d'un DESS Audit et contrôle de gestion à la Sorbonne.

Après 23 ans dans le management de projets informatiques grands comptes, il se spécialise dans le risque projet et est auteur d'outils de gestion de projet inspirés du PMI (project management institut).

En 2011, il crée LAMIZ Project qui allie formation certifiante autour des fonctions du projet et accompagnement de proximité.

Conférencier auprès du Syntec, il anime des ateliers de coaching opérationnels auprès des professionnels impliqués dans la mise en œuvre des projets.



ALAIN

Consultant expert sur le management de projet PMBOK(PMI) issus de diverses sociétés de service informatiques. Depuis 8 ans, il forme et accompagne les entreprises qui souhaitent installer une culture projet à valeur ajoutée.

Devant une exigence toujours plus forte des utilisateurs et des directions métiers couplée de baisse de budget, les entreprises s'emploient à mieux optimiser les projets autour d'une méthodologie commune et partagée par les chefs de projet.

Dans une culture de l'urgence de plus en plus oppressante, il est devenu nécessaire d'optimiser les projets, tout en restant pragmatique.

Filière **Gestion de projets**

MÉTHODES ET OUTILS

p. 59

Gestion de projets - les fondamentaux	p.	59
Gestion de projets informatiques.....	p.	60
Gestion de projets destinée aux membres de l'équipe projet.....	p.	61
Gestion de projets - Méthodologie et outils	p.	61
Gestion de projets - Analyse de la valeur	p.	62
Gestion des délais et coûts.....	p.	63
Elaborer un cahier des charges fonctionnel.....	p.	64
Cahier des charges informatique et expression des besoins.....	p.	64
Management de projets opérationnels	p.	65
Contraintes, risques et problèmes dans un projet	p.	65
Gestion de la communication dans un projet	p.	66
Motiver et gérer l'équipe projet.....	p.	67



RÉFÉRENTIELS ET GOUVERNANCE

p. 68

L'essentiel de CMMI	p.	68
---------------------------	----	----

GP-FND

Gestion de projets - les fondamentaux

A l'issue de ce stage, vous aurez acquis l'essentiel de la gestion de projet afin de pouvoir mener de manière efficace des projets

■ **DURÉE :** 3 jours (21h)

■ **TARIF :** Paris 1785 € HT
Province 1785 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 2/03 - 3/08 -

Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ **PRÉ-REQUIS**

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ **PUBLIC CONCERNÉ**

Toute personne impliquée dans la conduite d'un projet quel qu'il soit : organisationnel, technique, administratif ou autre.

■ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**

- Définir une démarche projet de l'étude du besoin à la réalisation et au bilan
- Mettre en oeuvre les techniques de base de la gestion de projet
- Comprendre le mode de constitution et d'évolution d'une équipe en cours de projet
- Savoir adapter son style de management et sa direction d'équipe (attitudes, leadership...)
- Explorer le processus de communication projet
- Apprendre à mener efficacement les réunions de projet, les revues
- Apprendre à mener une négociation.

■ **CADRAGE - OBJECTIF**

- Analyser l'environnement et comprendre les enjeux
- Définir et hiérarchiser les objectifs
- Reformuler et vendre son projet
- Constituer l'équipe : aspects techniques et sociologiques
- Se positionner comme chef de projet

■ **FAISABILITÉ - CAHIER DES CHARGES**

- Interviewer le commanditaire et les parties prenantes
- Analyser le besoin
- S'accorder sur le cahier des charges
- Négocier les limites de prestation

■ **CONCEPTION - CRÉATIVITÉ**

- Rechercher, analyser et choisir une solution
- Méthodes et outils de créativité
- Orienter, décider, faire prendre des décisions
- Présenter et vendre sa solution
- Justifier son choix

■ **PLANIFICATION**

- Structurer et organiser le projet
- Organigramme des tâches
- Planifier le projet
- Planning prévisionnel, ressources
- Optimisation, consolidation
- Budget prévisionnel
- Principales difficultés à planifier

■ **PILOTAGE - SUIVI**

- Anticiper les difficultés
- Suivre l'avancement (délais et coûts)
- Piloter avec un tableau de bord
- Gérer les aléas et les modifications
- Négocier des ressources
- Gérer les conflits, prendre les mesures qui s'imposent

■ **GESTION DE L'ÉQUIPE**

- Composition et évolution de l'équipe
- Intégrer les compétences
- Organiser la délégation
- Mobiliser, motiver les acteurs
- Capacités individuelles au travail en groupe

■ **COMMUNICATION**

- Communication formelle et informelle
- Quoi, quand, qui, comment ?
- Etablir un plan de communication
- Maîtriser les différentes catégories de réunions

■ **CAPITALISATION DE L'EXPÉRIENCE**

- Faire un bilan de projet
- Ce qui est capitalisable
- Capitaliser au fil de l'eau

■ **RÔLE DU CHEF DE PROJET**

- Etablir son leadership sur le projet
- Définir son style de management et l'adapter suivant les phases du projet
- Etablir et faire vivre les relations avec les parties prenantes
- Jouer le rôle de facilitateur projet, accompagner l'équipe
- Intégrer les différents points de vue
- Diffuser l'esprit projet
- Représenter le projet et l'entreprise : gérer son image
- Gérer ses efforts et ses priorités

■ **GESTION DE LA QUALITÉ**

- Définition
- Normes
- Critères d'acceptabilité d'un projet
- Planification de la qualité
- Assurance qualité et contrôle qualité

■ **SYNTHÈSE DE LA SESSION**

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



A l'issue de ce stage, vous serez capable de comprendre les points essentiels des techniques de conduite de projets.

- **DURÉE :** 3 jours (21h)
- **TARIF :** Paris - 1650 € HT
Province - 1650 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 19/01 - 18/03 - 11/05 - 22/07 - 7/09
- 18/11 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Une expérience de la gestion de projets sur le terrain aidera à assimiler certains concepts.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Chefs de projets et analystes de systèmes d'information impliqués dans des actions de conduite de projets.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Comprendre la dynamique d'un projet
 - Comprendre les spécificités des projets informatiques
 - Savoir gérer et savoir déléguer
 - Gérer les parties prenantes (MOA)
 - Gérer les ressources du projet (MOE)
 - Maîtriser la planification
 - Maîtriser l'avancement.

■ LES OBJECTIFS DU PROJET

- La description du projet
- Les objectifs (métiers, scientifiques et techniques)
- Les performances attendues
- La stratégie de développement : modalités de réalisation des produits
- Méthodologie
- Organisation en processus
- Typologie des projets
- Chef de projets et responsables techniques
- Bureau de projets
- Direction des projets

■ L'ORGANISATION DU PROJET

- Les relations avec les acteurs (acteurs internes, externes)
- Les fonctions et missions de chacun : chef de projet, équipe projet, laboratoires participants...

■ LE FINANCEMENT

- Les engagements financiers
- Les règles financières (les contrats et les marchés)

■ LE WBS ET LES TÂCHES

- Découpage en phases
- La décomposition du contenu (WBS)
- Les lots de travail
- L'arborescence de responsabilités (RBS)

■ LES PLANIFICATIONS

- Le langage de travail, la tenue de réunion
- La passation des contrats
- L'organisation de revues
- Le contrôle des coûts et la comptabilité
- Le contrôle des délais et la planification
- La gestion de documentation
- La gestion de configuration
- L'assurance qualité
- L'intégration système : les règles de traitement des changements et les anomalies intervenant sur les produits
- La gestion des interfaces
- La sûreté de fonctionnement
- La maintenance
- La sécurité

■ LES TABLEAUX DE BORD ET LES RAPPORTS D'AVANCEMENT

- Les plannings : estimation initiale des besoins et suivi du planning
- Le budget, les comptes-rendus de réunion, techniques Pert et Gantt

■ ORGANISATION

- Compte-rendu de réunion technique / d'avancement
- Memorandum of understanding (MOU)
- Plan de management et de développement

■ COÛTS ET DÉLAIS

- Budget prévisionnel / suivi / Cost Book
- Planning détaillé et de synthèse
- Plans de financement : engagement / paiement
- Rapport d'avancement, tableau de bord

■ DOCUMENTATION

- Plan de gestion de documentation

■ GESTION SYSTÈME

- Demande de modification
- Documents de revue, dossier d'interfaces
- Fiche d'anomalie et de non-conformité, note technique
- Organigramme des produits et des tâches
- Plan de gestion de configuration

■ GESTION DE LA QUALITÉ

- Contrôle qualité
- Assurance qualité



GP-EQUI

Gestion de projets destinée aux membres de l'équipe projet

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 7/10 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne souhaitant mieux comprendre la dimension projet pour rendre sa contribution plus intéressante et efficace ou voulant gagner en visibilité du projet et maîtriser la réalisation.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Connaître les bases de la méthodologie de projet
 - Comprendre le sens de l'action, pour mieux contribuer à la construction du projet
 - Se positionner comme contributeur de manière pro active
 - Savoir élaborer la planification des tâches qui nous sont déléguées
 - Savoir gérer les informations comme émetteur et récepteur
 - Comprendre les rôles et responsabilités des membres de l'équipe projet, et ajuster son attitude.

■ INTRODUCTION

- Qu'est-ce que la gestion de projet ?
- Pourquoi l'utilise-t-on ?
- Quel est le bien-fondé de cette méthode ?

■ DÉFINITIONS

- Qu'est-ce qu'un projet ? Définitions, phasage...
- Les différentes formes d'organisations portant des projets, et les différentes formes d'équipes

■ CONTRIBUER À LA DÉFINITION DU PROJET

- Identifier les paramètres du projet (le contexte, les acteurs, les enjeux, les solutions...)
- Le besoin fondateur du projet
- L'intégration des différents niveaux d'objectifs du projet

■ PLANIFICATION

- Identifier les tâches, fractionner le projet : «Quel est le travail à faire ?»
- Connaître son rôle et ses responsabilités, participer à l'élaboration du planning et du budget

■ LE PLAN MANAGEMENT

- Connaître le Plan Management, son utilité
- Contribuer à sa pertinence
- Travailler en s'appuyant sur ce document

■ SUIVI ET CONTRÔLE

- Suivre sa partie du projet
- Alimenter l'état d'avancement pour sa partie
- Restitution des informations (à l'oral comme à l'écrit), l'avancement

■ LES «SAVOIR-ÊTRE» DU PROJET

- Se situer comme collaborateur du projet
- Comprendre et s'adapter au management de sa hiérarchie, et du chef du projet
- Etre solidaire de ses équipiers
- La «Project Attitude»

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

GP-METO

Gestion de projets - Méthodologie et outils

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 4/05 - 12/10 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne souhaitant affiner sa maîtrise pour plus d'efficacité et d'efficience.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Approfondir ses connaissances, augmenter ses capacités d'intervention dans 4 domaines : - l'analyse stratégique du projet - le système d'information du projet - la conception / reconception de la solution ou de la réponse - la gestion des ressources humaines
 - Connaître ses styles d'intervention
 - mobiliser les collaborateurs non motivés.

■ INTRODUCTION

- Rappel de la démarche, le cadre méthodologique

■ L'ANALYSE STRATÉGIQUE : ÉMERGENCE DES DONNÉES

- Faire une cartographie prévisionnelle des projets «à froid»
- Identification des paramètres environnementaux internes et externes
- Identification des acteurs concernés et impactés
- Identification des enjeux, des besoins potentiels et des éléments facilitateurs / freinateurs

■ LE SYSTÈME D'INFORMATION DU PROJET

- Identification des flux d'autorité (organigramme hiérarchique) de la structure porteuse du projet
- Identification des flux fonctionnels :
 - Analyse des écarts
 - Tracé des flux fonctionnels du projet
- Identification des vecteurs des temps et des espaces de communication du projet (les réunions)

■ L'ANALYSE FONCTIONNELLE : ÉLABORER LA RÉPONSE AU BESOIN

- Identifier et extraire les éléments du périmètre du projet
- Rechercher les fonctions externes (d'interaction, de contraintes, premières, secondaires, d'usage, d'estime...)
- Rédiger la partie fonctionnelle du Plan Management

■ LES STYLES DE MANAGEMENT

- Identifier et comprendre les mécanismes managériaux
- Identifier les styles de management
 - Ses styles de management
 - Les rapporter au contexte de la structure et à celui du projet
- Manager ses équipiers, sa hiérarchie, les fournisseurs

■ MOBILISER UN ÉQUIPIER NON MOTIVÉ

- Les théories de l'engagement
- Les mécanismes

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

GP-AVAL

Gestion de projets - Analyse de la valeur

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 5/02 - 10/09 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne ayant déjà une expérience des outils et des méthodes projet et souhaitant maîtriser les coûts relatifs à une réponse au besoin adaptée, exhaustive ou innovante.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
- Maîtriser les coûts associés aux fonctions d'un produit, d'un service, d'un dispositif.

■ INTRODUCTION

- Rappel de la démarche projet, le cadre méthodologique

■ LE FONDEMENT DE L'ÉVALUATION DES COÛTS

- Identifier les bénéficiaires de la méthode
- Être compétitif par la maîtrise de la valeur

■ DÉFINITIONS

- Analyse de la valeur
- Produit
- Besoin
- Qualité
- Valeur
- Contrainte

■ LES COÛTS

- Quels coûts ?
- Les facteurs d'évolution des coûts

■ L'ADOSSEMENT INFORMATIONNEL DE L'ÉTUDE

- Disposer de données et de bases de données
- Envisager le cycle de vie du produit
- Envisager la situation de la vie de l'objet

■ LES 7 PHASES DE L'AV

- Orientation
- Recherche d'information
- Analyse fonctionnelle / analyse des coûts
- Recherche d'idées et voies de solutions
- Bilan prévisionnel
- Solutions retenues
- Réalisation de la solution

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

M2i Formation s'engage !

Chez M2i Formation, notre politique est de tout mettre en œuvre pour maintenir les sessions de formation qui vous sont proposées.

Nous savons que recenser les besoins et planifier les actions de formations prend du temps, c'est pourquoi M2i Formation met en place les sessions garanties.

En choisissant les sessions de formation garanties, vous êtes assuré de sa réalisation à la date et au lieu indiqué.

Organisez vos agendas en toute tranquillité grâce à nos sessions signalées comme garanties.

Pour vous y aider, consultez votre conseiller formation qui vous fera parvenir le calendrier des sessions garanties de votre région.



GP-VA

Gestion des délais et coûts

- **DURÉE :** 3 jours (21h)
- **TARIF :** Paris 1650 € HT
Province 1650 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 9/02 - 15/04 - 24/08 - 23/11 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Avoir de bonnes notions en gestion de projets.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Chefs de projets et toute personne devant mener à bien un projet d'entreprise.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
- Maîtriser la planification et le suivi des délais et des coûts d'un projet en utilisant la méthode "Management par la Valeur Acquise" (MVA).

■ INTRODUCTION

- Rôle de la MVA
- MVA et processus de management de projets

■ PLANIFICATION DE L'ÉCHÉANCIER

- Définition du contenu
- Contenu des livrables
- Cahiers de charges : fonctionnels et techniques
- Etablissement du WBS
- Gestion des lots de travail
- Définition des tâches et dictionnaires
- Séquencements
- Affectation des ressources
- Estimation du travail / durée / délais
- Etablissement de l'échéancier

■ PLANIFICATION DES COÛTS

- Méthodes Top-Down
- Méthodes Bottom-Up
- Budget
- Plan de trésorerie

■ ETABLISSEMENT DES RÉFÉRENCES DE BASE

- Référence de base du contenu
- Référence de base de l'échéancier
- Référence de base des coûts
- Planification initiale
- Planifications ultérieures

■ ÉLÉMENTS DE BASE ET MVA

- Description des éléments du MVA : Valeur Planifiée (VP) / Valeur Acquise (VA) / Coût Réel (CR)
- Extensions des éléments de base du MVA
- Assemblage de ces éléments

■ PRÉVISIONS ET ANALYSE DE PERFORMANCE DU MVA

- Prévision et analyse de l'échéancier
- Ecart de délais (ED)
- Indice de performance des délais (IPD)
- Temps final estimé (TFE)

■ PRÉVISION ET ANALYSE DES COÛTS

- Ecart de coût (EC)
- Indice de performance des coûts (IPC)
- Index de performance à terminaison (IPT)
- Coût final estimé (CFE)
- Ecart final estimé (EFC)
- Coût estimé pour achèvement (CEA)
- Gestion par exception

■ GUIDE D'UTILISATION PRATIQUE DES CLÉS MVA

- Établir une référence de mesure de l'exécution
- Décomposer le contenu du travail jusqu'à un niveau utilisable
- Attribuer des responsabilités de gestion non ambiguës
- Développer un budget lié à l'échéancier pour chaque tâche de travail
- Choisir des techniques de mesure de la VA pour toutes les tâches
- Maintenir l'intégrité de la mesure de performance dans l'ensemble du budget
- Mesurer et analyser l'exécution par rapport à la référence
- Enregistrer l'utilisation des ressources durant le déroulement du projet
- Mesurer objectivement l'avancement physique des travaux
- Noter la VA avec les techniques de VA
- Analyser et prévoir l'exécution des coûts / de l'échéancier
- Rapporter les problèmes d'exécution et / ou prendre des mesures

■ TABLEAUX DE BORD

- Standardisé PMI
- Évolution du standard

■ CONCLUSION

GP-CCF

Elaborer un cahier des charges fonctionnel

■ DURÉE :	2 jours (14h)
■ TARIF :	Paris - 1320 € HT Province - 1320 € HT
■ DATES (de début de session) :	- 19/01 - 23/03 - 26/05 - 22/06 - 5/10 - 9/11 - 14/12 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr	
■ PRÉ-REQUIS	Connaître l'administration de Windows Server 2008 R2, SQL, .
■ PUBLIC CONCERNÉ	Chefs de projets ou toute personne initiant des projets.
■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	- Rédiger le cahier des charges fonctionnel du projet - Identifier les risques associés à une mauvaise expression des besoins pour formuler une demande à un prestataire interne ou externe.

■ LES OBJECTIFS DU CAHIER DES CHARGES

- Importance du cahier des charges pour la réussite du projet
- Poser le problème
- Apporter tous les éléments nécessaires à sa compréhension (contexte, environnement...)
- Définir la prestation souhaitée
- Définir les résultats attendus

■ LE CAHIER DES CHARGES : UN ACTE DE COMMUNICATION

- Communiquer en interne : impliquer les différents acteurs concernés dès l'élaboration
- Les responsabilités dans la rédaction et la validation
- Communiquer vers l'extérieur en cas de recours à un prestataire externe

■ LA TRAME DU CAHIER DES CHARGES

- Les différentes rubriques : l'objet et la réalisation
- Les rubriques indispensables
- Les points délicats : formulation des différents niveaux d'objectifs, des besoins et des contraintes

■ CLARIFIER LES OBJECTIFS ET LES CONTRAINTES

- Qu'est-ce qu'un objectif ? Comment le reformuler ?
- Les différents niveaux d'objectifs : objet et impact attendu
- Identifier et formuler les contraintes

■ DÉFINIR LA CIBLE DU CAHIER DES CHARGES ET EXPRIMER LES BESOINS

- Caractériser le contexte, les utilisateurs, les utilisations prévues
- Formuler les besoins à satisfaire
- Enoncer les fonctions à remplir sans préjuger des solutions techniques

■ ANALYSE COMPARATIVE DES RÉPONSES À UN CAHIER DES CHARGES

- Définir des critères de choix et faire sa grille
- Savoir lire les réponses à une consultation
- Utiliser des aides à la décision

GP-CCI

Cahier des charges informatique et expression des besoins

■ DURÉE :	5 jours (35h)
■ TARIF :	Paris - 2500 € HT Province - 2500 € HT
■ DATES (de début de session) :	- 12/01 - 9/03 - 8/06 - 7/09 - 23/11 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr	
■ PRÉ-REQUIS	Avoir des connaissances informatiques.
■ PUBLIC CONCERNÉ	Maîtres d'ouvrages, cadres et utilisateurs acteurs de l'informatisation, analystes, concepteurs...
■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	- Donner aux maîtres d'ouvrage et à leurs délégués la maîtrise de leur projet (gestion des appels d'offres, relations avec la maîtrise d'oeuvre) et de leurs cahiers des charges.

■ SITUATION DU CAHIER DES CHARGES

- Les différents cas de délégation
- Les rôles respectifs de la maîtrise d'ouvrage et de la maîtrise d'oeuvre

■ DESTINATAIRES DU CAHIER DES CHARGES

- Les attentes des décideurs, des services utilisateurs, des équipes de réalisation

■ DÉMARCHE POUR ANALYSER LES BESOINS ET CONCEVOIR DES SOLUTIONS

- Les standards incontournables : méthode Merise et modélisation UML

■ ÉTAPES D'ÉLABORATION DU CAHIER DES CHARGES POUR ANALYSE CRITIQUE DE LA SOLUTION ACTUELLE ET CONCEPTION DU SYSTÈME FUTUR

- Recueil : ordre de mission, interviews, modélisation de l'existant et des flux
- Conceptualisation
 - Données variables, entités, relations
 - Abstraction des contraintes organisationnelles pour obtenir les solutions de gestions existantes consolidation des flux conceptuels
- Conception de la solution de gestion
 - Recherche des orientations correctives, évolutives et innovations
 - Impacts sur les flux conceptuels puis sur les entités et les relations
- Conception de la solution d'organisation
 - Construction des solutions d'organisation pilotables (sécurité, confidentialité, procédures dégradées, formations induites, matrice du pilotage du système)
 - Organisation des données et représentation des flux organisationnels

- Conception de la solution technique
 - Graphe de l'application informatique
 - Architecture réseaux
 - Schéma de la base de données

■ ÉVALUATION DE LA SOLUTION

- Critères d'appréciation, pondérations
 - Impact organisationnel (localisation des tâches, formations induites, dimensionnement des ressources humaines et des équipements)
 - Technique (charges de travail, délais, architectures)
 - Economique (bilan financier et adéquation aux orientations politicostratégiques)

■ RÉDACTION DU CAHIER DES CHARGES

- Structure du document (méthodes SPRI)
- Techniques de résolution de problèmes
- Outils de documentation

GP-MAN

Management de projets opérationnels

- **DURÉE :** 3 jours (21h)
- **TARIF :** Paris - 1650 € HT
Province - 1650 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 19/01 - 18/03 - 11/05 - 22/07 - 7/09
- 18/11 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Aucun.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Managers, chefs de projets.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
- Travailler en mode projet
- Manager et piloter un projet.

SUIS-JE CRÉDIBLE ?

- **VENDRE SA SOLUTION**
 - Le management transverse
 - La communication avec les équipes
 - Les motivations d'adhésion
 - Les leviers d'influence

COMMENT FÉDÉRER MON ÉQUIPE PROJET ?

- **LES DIFFÉRENCES CULTURELLES**
 - L'éloignement géographique
 - Les hiérarchies différentes
 - Les différences comportementales
- **LES RÈGLES D'UN PROJET**
 - Les conflits et arbitrages
 - La charte projet
 - Les luttes de pouvoir interne au projet
 - Les enjeux politiques

LES 25 ERREURS À ÉVITER

- **COMMUNIQUER SUR LE PROJET**
 - Importance de la communication

PAR OÙ COMMENCER ?

- **MANAGEMENT DE PROJET**
 - Définition du projet
 - Management, gestion et direction de projet
 - Les facteurs de succès des projets
 - La gestion du risque
- **LA NOTE DE LANCEMENT**
 - Importance d'une bonne préparation
 - La note de lancement

- La réunion de lancement
- Les différents types d'organisation

■ CONSTITUER SON ÉQUIPE

- Les différents acteurs
- Composition de l'équipe

■ CONDUIRE LES RÉUNIONS DE PROJETS

- La conduite de réunion
- Les réunions de projets
- Les revues de projets
- Les comités de pilotage

QUELLE ORGANISATION POUR MON PROJET ?

■ LA STRUCTURATION DU PROJET

- L'organigramme des tâches
- L'organigramme des ressources
- L'organigramme des coûts

■ LE CALENDRIER DES OBJECTIFS

- Les différentes phases d'un projet
- La mise en place des jalons
- La planification de projet
- Les plannings (Gantt, Pert)
- Le chemin critique
- L'avancement des travaux

■ COORDINATION ET SUIVI

- Importance de la coordination
- Les outils de suivi
- Les comptes rendus
- Le tableau de bord

GP-RISK

Contraintes, risques et problèmes dans un projet

- **DURÉE :** 3 jours (21h)
- **TARIF :** Paris - 1650 € HT
Province - 1650 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 23/02 - 22/06 - 5/10 - 7/12 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Avoir de bonnes notions en gestion de projets.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Chefs de projets et toute personne devant mener à bien un projet d'entreprise.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
- Maîtriser les contraintes, les risques et les aléas dans les divers aspects de la gestion de projets (environnement, RH, sécurité, parties-prenantes, contrats) afin de conserver le projet dans ses requis de contenu, prix et délais.

■ INTRODUCTION

■ LA GESTION DES CONTRAINTES, DES RISQUES ET DES ALÉAS DANS LES PROCESSUS PROJET

- Cycles de vie produit et projet
- Phases
- Groupes de processus
- Définition des processus et interactions
- Identification et positionnement des processus risque

■ IDENTIFICATION ET POSITIONNEMENT DES PROCESSUS RISQUE

- Identification des risques
- Typologie des risques
- Spécificité des risques
- Méthodes d'identification
- Configuration
- Facteurs de risque

■ ANALYSE QUALITATIVE

- Méthodologie par évaluation
- Bases probabilistes
- Le risque qualité
- Méthodes réseau

■ ANALYSE QUANTITATIVE

- Objectifs
- Méthodes à dire d'experts
- Outils logiques
- Outils graphiques
- Outils mathématiques
- Outils psychologiques

■ AIDES INFORMATIQUES

- Stockage des données
- Calculs PERT
- Calculs probabilistes

- Analyse du risque
- Bases de connaissance et IA

■ STRATÉGIES DE RÉPONSE

- Options possibles
- Reporter le risque (externaliser, assurer)
- Réduire le risque
- Provisions

■ SUIVI ET CONTRÔLES

■ DOCUMENTATION

- Initiale
- Changements
- Finale

■ REVUES

■ GESTION DE LA VALEUR ACQUISE

■ GESTION DE LA CONFIGURATION

■ PRISES DE DÉCISION

■ ENVIRONNEMENT ET GESTION DES RISQUES

- Le projet dans son environnement
- Impacts humains
- Risque et sécurité
- Facteurs déterminants
- Influence des parties-prenantes
- Types d'influences

■ GESTION DES CONTRATS

- Stratégie
- Fractionnements
- Types de contrats
- Impacts

■ CONCLUSION

■ DURÉE :	2 jours (14h)
■ TARIF :	Paris - 1100 € HT Province - 1100 € HT
■ DATES (de début de session) :	- 13/04 - 7/06 - 26/10 - 14/12 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr	
■ PRÉ-REQUIS	Avoir de bonnes notions en gestion de projets.
■ PUBLIC CONCERNÉ	Chefs de projets et toute personne devant mener à bien un projet d'entreprise.
■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	- Organiser la stratégie de communication entre le projet et l'ensemble des parties-prenantes auxquelles est confronté un chef de projets.

INTRODUCTION

- Pourquoi communiquer ?
- Parties-prenantes et équipe de projet : contenu commun
- Spécificités des communications externes
- Spécificités des communications internes

COMMUNICATION EXTERNE VERS LES PARTIES-PRENANTES

■ SITUATION ET STRATÉGIE DE COMMUNICATION

■ IDENTIFIER LES PARTIES-PRENANTES

- Analyse des parties-prenantes
- Registre des parties-prenantes
- Gestion de la stratégie envers les parties-prenantes

■ PLANIFIER LA COMMUNICATION

- Analyse des besoins en communication
- Technologies de communication
- Modèles de communication
- Méthodes de communication
- Planification de la communication

■ DISPENSER L'INFORMATION

- Techniques de mises en oeuvre : modèles, médias, styles, techniques de réunion, de présentation et d'assistance
- Actifs organisationnels d'entreprise concernés : notifications institutionnelles, rapports de projet, présentation et enregistrement des rapports, prise en compte des retours
- Documentation des leçons apprises

■ GÉRER LES ATTENTES DES PARTIES-PRENANTES

- Objectifs
- Compétences requises
- Actifs organisationnels d'entreprise concernés
- Demandes de changements
- Mise à jour du référentiel concerné

■ RAPPORTS DE SUIVI DU PROJET

- Contenu des rapports
- Analyse de la variance
- Méthodes de prospective
- Méthodes de communication
- Système de reporting
- Rapports d'avancement
- Actifs organisationnels d'entreprise concernés
- Demandes de changement

COMMUNICATION INTERNE À L'ÉQUIPE DE PROJET

■ ORGANISER LA COMMUNICATION INTERNE

- Fiches de poste
- Organigramme du projet
- Localiser le projet
- Équipes virtuelles

■ DÉVELOPPER L'ESPRIT D'ÉQUIPE

- Formations
- Activités d'équipe
- Edition des règles de base
- Reconnaissances et récompenses

■ GÉRER L'ÉQUIPE

- Organiser et institutionnaliser
- Observations, conversations
- Réunions : types et organisations
- Gestion des conflits
- Gestion des problèmes
- Compétences interpersonnelles

CONCLUSION

GP-MOT

Motiver et gérer l'équipe projet

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris 1190 € HT
Province 1190 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 20/04 - 17/08 -

Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr

■ **PRÉ-REQUIS**

Avoir de bonnes notions en gestion de projets.

■ **PUBLIC CONCERNÉ**

Chefs de projets et toute personne devant mener à bien un projet d'entreprise.

■ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**

- Organiser la stratégie d'action en Ressources Humaines
- Développer les compétences essentielles du chef de projets autour de votre charisme et vos qualités propres de chef
- Fournir les outils pour gérer vos équipes dans un environnement très particulier : le projet.

INTRODUCTION (RAPPELS)

■ **NORMALISATION DE PROJETS**

- Cycles de vie du projet et du produit
- Parties-prenantes
- Influences organisationnelles

■ **LES RH DANS LES GROUPES DE PROCESSUS**

- De planification
- D'exécution
- De surveillance et maîtrise

■ **DOMAINE DE CONNAISSANCE : LE MANAGEMENT DES RH**

- Planification des RH
- Former l'équipe de projets
- Développer l'équipe de projets
- Diriger l'équipe de projets

ORGANISATION DES RH POUR UNE STRATÉGIE GAGNANTE

■ **GESTION DES RH ET GESTION DE PROJETS**

- Place des RH dans la gestion de projets
- Modèle de gestion des RH efficace

■ **CONFIGURATION DES STRUCTURES ORGANISATIONNELLES**

- A propos de l'organisation
- Principes classiques d'organisation
- Taille de la structure organisationnelle
- Facteurs de base dans l'organisation des projets

■ **PROBLÈMES IMPORTANTS EN CONCEPTION D'ORGANISATION DE PROJETS**

- Autorité, responsabilité, rendre des comptes et fiabilité
- Délégation dans la gestion de projets

■ **CONCEPTION D'UNE STRUCTURE ORGANISATIONNELLE DE PROJETS**

- A propos des structures organisationnelles
- Facteur de gestion de projets dans l'organisation d'un projet
- Structures organisationnelles des différentes formes de projets

■ **STRUCTURE MATRICIELLE ET COMMENT LA FAIRE FONCTIONNER**

- Généralités sur l'organisation matricielle
- En savoir plus sur les matricielles
- Faire en sorte que la matricielle fonctionne
- Sélection la forme matricielle la plus adaptée

COMPÉTENCES EN RH POUR LE CHEF DE PROJETS

■ **COMMUNICATION : CLÉ D'UNE STRATÉGIE GAGNANTE**

- Communication interpersonnelle
- Communication en environnement projets
- Communication pour atteindre une haute performance
- Ecouter
- Styles de communication et cycle de vie du projet

■ **MOTIVATION EN ENVIRONNEMENT PROJETS**

- Vue globale de la motivation
- Théorie de la motivation
- Motivation et gestion de projets
- Référentiel de la motivation dans un projet
- Mettre ensemble ces points (de la théorie à la pratique)

■ **COMPRENDRE LES CONFLITS**

- Concepts de base concernant les conflits
- Conflits et performances
- A propos des conflits dans les projets

■ **GÉRER ET RÉSOUDRE LES CONFLITS**

- Techniques de gestion des conflits
- Guide pratique de gestion des conflits dans un projet

■ **NÉGOCIATIONS**

- A propos des négociations
- Stratégies de négociations
- Guide pratique des négociations dans un environnement projets

■ **GESTION DU STRESS**

- A propos du stress et de la gestion du stress
- Les sources de stress
- Les effets du stress
- Guides de gestion du stress
- Mettre ensemble ces points (de la théorie à la pratique)

■ **DIRECTION, POUVOIR, INFLUENCE ET POLITIQUE EN ENVIRONNEMENT PROJETS**

- Direction et gestion de projets
- Pouvoir et influence en gestion de projets
- Pouvoir et politique en gestion de projets

GESTION DE L'ÉQUIPE DE PROJETS

■ **GESTION DU CHANGEMENT, GESTION DE PROJETS ET TRAVAIL EN ÉQUIPE**

- Comprendre les dynamiques du changement
- Gérer le changement organisationnel
- Le travail en équipe : une clé pour gérer le changement
- Gérer le changement dans un environnement de projets

■ **DYNAMIQUE D'ÉQUIPE ET DIVERSITÉ CULTURELLE**

- Groupes et équipes de projets
- Dynamique d'équipe et efficacité
- Diversité culturelle et gestion de projets
- Gérer des projets internationaux

■ **CONSTRUCTION D'UNE ÉQUIPE EFFICACE**

- A propos de la construction de l'équipe
- Organiser l'équipe de projets
- Guide pratique pour la construction de l'équipe

■ **DÉVELOPPEMENT EFFICACE DES ÉQUIPES DE PROJETS**

- Développer une équipe de projet gagnante
- Développer un plan de communication pour l'équipe
- Prise de décision efficace en équipe
- Gérer les équipes de projet pendant la durée du projet

■ **INCITATION À UNE HAUTE PERFORMANCE D'ÉQUIPE**

- Gérer des défis de communication
- Développer la confiance et la motivation
- Gérer le moral de l'équipe
- Direction d'équipe

■ **DES ÉQUIPES DE TRAVAIL AUTOGÉRÉES (SMWT) AUX ÉQUIPES DE PROJETS AUTOMOTIVÉES (SMPT)**

- A propos des équipes de travail autogérées
- «Empowerment» : un concept clé pour les SMWT et les SMPT
- Encourager une culture du SMPT par l'empowerment
- Créer et maintenir les SMPT
- Direction des SMPT

CONCLUSION

RELATION CLIENT

Première impression, conversion, fidélisation.

Les experts M2i ont développé de nombreuses formations pour optimiser vos relations clients. Avec un chiffre d'affaires de plus de 5 mds d'euros et une croissance moyenne de 4% par an depuis 2005, celle-ci est en effet un véritable levier économique.

Chacun de vos échanges avec vos clients, au téléphone ou sur le lieu de vente, met en jeu l'image de la société et s'avère déterminant dans l'établissement, la concrétisation et la pérennité de la relation commerciale.

L'écoute active, la formulation de réponses adaptées aux besoins de vos interlocuteurs, la valorisation de la société et la conversion des contacts sont ainsi primordiales.

Conduits et animés par des intervenants spécialisés, les formations M2i ci-dessous, vous proposent de vous former et de former vos équipes aux techniques et stratégies pour assurer un accueil et des relations de qualité avec vos clients et prospects.

Nos experts



CYRIL

Après un début de carrière dans l'industrie Cyril réussit sa reconversion dans le secteur bancaire où il exerce pendant quinze ans dont une dizaine en tant que manager.

Riche de son expérience, il démarre dans la formation en 2007. Souhaitant élargir son activité, il réalise des accompagnements de cadres et de dirigeants depuis 2010. Formateur et coach certifié, il est Maître Praticien en PNL dont il supervise toujours des cycles certifiant. Il utilise également les outils acquis en se formant au fil des années : communication indirecte, systémie, analyse transactionnelle...

Cyril intervient dans les domaines suivants : gestion de la relation client en face à face et par téléphone, management, communication et développement personnel.



PASCAL

Pascal est diplômé de l'Université en Communication et Psychologie du travail.

Expert en facteur humain, Pascal développe des solutions pour les structures en recherche d'efficacité comportementale, en difficulté dans leurs approches managériales, ou qui font face à des situations extrêmes (agressions, risques, stress intense).

Valoriser l'humain et contribuer au développement de leurs compétences ont toujours été son projet de vie.



NATHALIE

Diplômée en école de commerce, après une expérience dans le domaine commercial, Nathalie s'est rapidement tournée vers la formation et le développement personnel. Depuis 1996, elle a formé des centaines de chefs d'entreprise, de cadres, de responsables d'équipes ou de projets, d'assistantes de direction, d'employés aussi bien en France qu'en Belgique et en Suisse.

Elle les aide à mieux appréhender leurs réactions face aux situations difficiles et donc à être plus efficaces. Elle intervient dans le domaine de la relation client en face à face et par téléphone.

Comme elle aime à le rappeler « le changement est une porte dont la poignée se trouve à l'intérieur ».

Filière **Relation client**

ACCUEIL PHYSIQUE ET TÉLÉPHONIQUE	p. 71
Les bases de l'accueil téléphonique.....	p. 71
Accueil physique et téléphonique.....	p. 72
Accueil physique proactif.....	p. 73
Etre professionnel au téléphone.....	p. 73
Communiquer efficacement en appels entrants et sortants.....	p. 74
Manager et superviser un centre d'appels.....	p. 74
Manager et structurer un service d'accueil.....	p. 75
Superviseur : coachez vos équipes en centre d'appels.....	p. 75
Superviseur : construisez vos scripts d'appels entrants et sortants.....	p. 76
GÉRER LES RELATIONS DIFFICILES	p. 76
Gérer les clients difficiles à l'accueil.....	p. 76
Être à l'aise dans son poste d'accueil.....	p. 77
Gérer et prévenir les situations difficiles par téléphone.....	p. 78

ACC-TEL

Les bases de l'accueil téléphonique

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 12/02 - 16/07 - 17/12 -

Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Hôtes et hôtesse d'accueil, chargés d'accueil, téléconseillers chargés de la relation clients.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Présenter efficacement l'entreprise au téléphone
- Envoyer une image de qualité et homogène aux interlocuteurs de l'entreprise
- Traiter sereinement tout type d'appel.

■ SE POSITIONNER DANS SA MISSION D'ACCUEIL

- Recherche de la perception que les participants ont de l'accueil téléphonique du public
- Comment l'accueil peut-il contribuer à l'image
- Mise en évidence des difficultés anticipées

■ SE FAMILIARISER AVEC LES BASES DE LA COMMUNICATION IMPACTANT LA QUALITÉ DE L'ACCUEIL TÉLÉPHONIQUE

- Information et communication
- Le rôle des émotions
- La déperdition de la communication
- Le verbal et le non-verbal
- L'impact de l'attitude sur la communication téléphonique

■ IDENTIFIER LES TECHNIQUES DE COMMUNICATION FACILITANT UNE SITUATION D'ACCUEIL TÉLÉPHONIQUE DIFFICILE

- La prise en charge de la personne accueillie
- L'écoute et la reformulation
- Les canaux de communication
- Le langage positif

■ SE PRÉSENTER

- Pourquoi est-il nécessaire de se présenter ?
- Le choix d'un type de présentation

■ CANALISER SES ÉMOTIONS ET CELLE DE SON INTERLOCUTEUR

- Le rôle des émotions dans un conflit
- S'entraîner à identifier ses émotions et celles de son interlocuteur

■ DÉVELOPPER SA RÉSISTANCE FACE AUX SITUATIONS DIFFICILES

- Se restaurer après un conflit
- Les techniques de relaxation et de gestion du stress

■ CONCLURE UN ACCUEIL

- Gérer les bavards
- Prendre congé de son interlocuteur

■ ENTRAÎNEMENT

- Savoir réagir aux agressions verbales
- Sélections de cas apportés par les participants
- Recherche pour chaque cas des bonnes pratiques

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



ACC-PHYT

Accueil physique et téléphonique

- **DURÉE :** 3 jours (21h)
- **TARIF :** Paris - 1785 € HT
Province - 1785 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 12/01 - 11/05 - 7/09 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne dont la fonction comporte une mission d'accueil téléphonique et physique.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Valoriser l'esprit et la qualité de service
 - Professionnaliser sa pratique en maîtrisant les techniques de l'accueil physique et/ou téléphonique
 - Agir efficacement avec des comportements adaptés
 - Faire face aux situations délicates.

■ LES BASES DE LA COMMUNICATION

- Les clefs de la communication efficace
 - Ecoute active
 - Reformulation
 - Bienveillance
- Schémas de communication
- L'importance de la relation : établir la relation
- Les aptitudes maîtrisées et celles à développer pour communiquer
- Langages et paralangages
 - Verbal
 - Non-verbal
- Autodiagnostic
 - Identifier son abord de la relation client

■ LES COMPOSANTS DE L'ACCUEIL

- Image de l'entreprise
- La première impression
- Les limites de l'accueil
- Soigner sa présentation
 - Vestimentaire
 - Qualités requises
- La voix, un instrument (ton, débit, articulation)
- Les difficultés de l'accueil
 - Situations complexes
 - Flot...
- Partage de pratiques
 - Prendre conscience de l'image véhiculée dès les premiers contacts

■ LES DIFFÉRENTES PHASES DE L'ACCUEIL

- Déterminer les attentes de l'interlocuteur
- Les techniques d'écoute
 - Questionnement
 - Reformulation croisée
- Personnaliser son approche
 - Les 1ers mots
 - Gestes
 - Attitudes favorisant la prise de contact
- Se rendre disponible, prendre en charge
- Jeux de rôle
 - Acquérir les bons réflexes et la bonne posture

■ L'EFFICACITÉ AU TÉLÉPHONE

- Caractéristiques particulières du téléphone
- Le traitement d'un appel : ouverture / fermeture
- Réussir la première impression
 - Prise en charge de l'interlocuteur
 - Vocabulaire positif
- Jeux de rôle
 - Acquérir les bons réflexes et les formulations facilitantes

■ GÉRER LES SITUATIONS DÉLICATES

- Gérer son stress et celui de l'interlocuteur
- Identifier et gérer les émotions dans l'échange
- Gérer les conflits et les situations difficiles
- Adapter son message
- Accueillir positivement une réclamation
- Faire patienter et mettre à l'aise
- Se positionner efficacement pour faire aboutir l'échange.
- Mise en situation
 - Anticiper, gérer et désamorcer une situation conflictuelle

■ CAS PRATIQUES

- Les différentes situations et comportements auxquels sont confrontées les personnes chargées de l'accueil
- Et autres cas au choix des participants

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en œuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

ACC-PHACT

Accueil physique proactif

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 22/01 - 28/05 - 3/08 - 5/11 -

Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis

■ PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne amenée à assurer une fonction d'accueil.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Optimiser la qualité de l'accueil et véhiculer une bonne image de la société
- Augmenter la satisfaction de la clientèle par un accueil efficace, proactif et adapté
- Maintenir la satisfaction des interlocuteurs même en situations délicates et savoir les gérer.

■ LES PRÉREQUIS D'UN ACCUEIL EFFICACE

- Intégrer les attentes des clients
- Cerner la différence entre «être réactif» et «être proactif» et leurs implications dans la fonction d'accueil
- Connaître et mettre en pratique la règle des 4 x 20
- Intégrer les bons comportements, les bonnes attitudes

■ ACCUEILLIR, COMMUNIQUER PLUS EFFICACEMENT ET DE MANIÈRE PROACTIVE

- Comprendre le schéma de communication et ses implications (identifier les attitudes à privilégier à chaque étape du schéma)
- Comprendre l'importance de la règle des 3V et les utiliser au mieux
- Améliorer son écoute en développant l'écoute active
- Améliorer son questionnement
- Rester à bonne distance de l'interlocuteur (la proxémie)
- Adopter un langage approprié

■ TRAITER RAPIDEMENT ET DE MANIÈRE ADAPTÉE LA DEMANDE DE L'INTERLOCUTEUR

- Etablir le contact
- Traiter la demande de l'interlocuteur
- Prendre un message complet
- Savoir conclure et prendre congé

■ TRAITER LES SITUATIONS DÉLICATES À L'ACCUEIL

- La gestion de l'attente et de l'impatience des interlocuteurs
- Désamorcer l'agressivité, gérer la réclamation
- Savoir faire face aux agressions verbales
- Gérer les interruptions
- Gérer le bavard, l'inquiet
- Récupérer après une situation difficile

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

ACC-PROT

Etre professionnel au téléphone

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 16/04 - 24/09 -

Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Secrétaires et assistantes.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Renforcer votre professionnalisme au téléphone
- Mettre à jour votre expertise
- Acquérir de nouveaux savoir-faire.

■ ETRE PROFESSIONNEL AU TÉLÉPHONE

- Les exigences de nos interlocuteurs
- Le degré d'expertise attendu de nos managers
- Auto-diagnostic : points forts et à améliorer
- Les difficultés rencontrées

■ RÉUSSIR SON ACCUEIL TÉLÉPHONIQUE

- Donner une première bonne impression
- Comment se présenter
- Adopter une écoute active
- Ajuster son questionnement
- Filtrer des appels de façon pertinente

■ COMMUNIQUER DES MESSAGES FIABLES

- Bien prendre des notes du premier coup
- Transmettre des messages utiles
- En assurer le suivi
- Faire vivre son répertoire d'adresses

■ TRAITER SOI-MÊME L'APPEL

- Reformuler la demande
- Adopter un langage résolument positif
- Prendre en charge son interlocuteur
- Traiter ses objections
- Conclure, prendre congés

■ GÉRER LES SITUATIONS DÉLICATES

- Les appels dits «personnels»
- Les agressifs, les bavards, les impatientes

■ MAÎTRISER SES APPELS SORTANTS

- Préparer et structurer ses entretiens téléphoniques
- Gérer les agendas et prendre des rendez-vous
- Conclure, confirmer et suivre ses appels

■ MAÎTRISER LES RESSOURCES TÉLÉPHONIQUES

- Maîtriser les fonctionnalités de son poste
- Savoir choisir entre les outils de communication : téléphone, messagerie, fax...
- S'informer sur l'évolution de la téléphonie : WAP

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

ACC-APSOR

- **DURÉE :** 3 jours (21h)
- **TARIF :** Paris - 1785 € HT
Province - 1785 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 25/03 - 12/10 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne amenée à communiquer par téléphone.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Industrialiser votre activité de prospection téléphonique
 - Gagner en confiance pour mener à bien une action d'appels sortants
 - Construire des scripts d'appels convaincants en toute autonomie.

Communiquer efficacement en appels entrants et sortants

- **LES OBSTACLES PSYCHOLOGIQUES À LA VENTE**
 - Les préjugés sur la vente
 - Le « bon » et le « mauvais » vendeur
 - Les éléments à adopter pour devenir bon vendeur
 - La motivation personnelle à vendre
- **LA PRISE DE CONSCIENCE DES QUALITÉS DE SON OFFRE ET DE SES DIFFÉRENCES PAR RAPPORT À LA CONCURRENCE**
 - Les concurrents directs et indirects
 - Les caractéristiques de la concurrence (points forts et points faibles)
 - Le positionnement de l'offre par rapport à la concurrence
- **LES LEVIERS D'ACHATS D'UN CLIENT ET LES DIFFÉRENCES ENTRE LES PERSONNES POUR ADAPTER SON DISCOURS**
 - Les 6 motivations de l'acheteur (le modèle SONCAS)
 - Les mots qui permettent leur identification
 - La gestion personnelle de l'argent en comparaison de la moyenne des français
- **LA DÉDRAMATISATION DE L'OUTIL TÉLÉPHONE**
 - La perception des appels sortants : la peur du « non »
 - Le bon niveau de dialogue grâce au PAE (parent / adulte / enfant)
 - Les réactions des prospects (la loi de Gauss)
 - Les attitudes à cultiver au téléphone
 - Le schéma d'organisation au téléphone
- **L'ENTRAÎNEMENT AU DÉROULEMENT DU SCÉNARIO D'APPEL**
 - La voix et ses modalités
 - Le code rythmique d'un texte
 - Les bases syntaxiques
 - Les expressions à éviter
 - Le temps à privilégier
- **L'ÉVEIL DE L'INTÉRÊT DU CLIENT**
 - La traduction des caractéristiques d'un produit en avantages pour le client
 - Construction d'un catalogue d'accroches réutilisables pour les différentes campagnes
 - Le « yes set » ou comment capitaliser sur le « oui » pour l'opportunité de vente
- **LA PRÉSENTATION DE SON OFFRE SOUS SES MEILLEURS ATOUTS**
 - La structure générale d'une proposition
 - Quand et comment présenter le prix
- **LA CONCRÉTISATION DE SON APPEL EN UTILISANT LES TECHNIQUES QUI PERMETTENT DE RENTABILISER SON EFFORT**
 - Les signaux d'achat
 - Les méthodes directes de conclusion
- **LES RÉPONSES TOUTES FAITES AUX FREINS CLASSIQUES DU CLIENT**
 - Les 10 objections majeures
 - Les réponses types pour chaque objection
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

ACC-CTRAP

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 23/07 - 7/12 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite aucun prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Superviseurs de centres d'appels souhaitant se perfectionner, téléconseillers souhaitant évoluer vers la supervision.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Acquérir ou renforcer les bases de la supervision d'un centre de réception d'appels
 - Appréhender le management de téléconseillers
 - Maîtriser les aspects techniques de la supervision
 - Formaliser les modes opératoires et les processus clients.

Manager et superviser un centre d'appels

- **DÉVELOPPER UNE VISION « CLIENT »**
 - Le client premier capital de l'entreprise
 - Développer la connaissance du client
 - Manager la valeur client
 - Les étapes de la relation client : information, vente / transaction, SAV...
 - Processus connexes : ADV, logistique, satisfaction clientèle
 - Traiter les objections avec méthode
 - Comprendre l'importance des systèmes d'informations et des BDD
 - Assurer le relais interne avec les autres services et la DG
- **SE COMPORTER EN MANAGER**
 - Comprendre le rôle du manager de centre d'appels
 - Maîtriser sa communication : moi, mes collaborateurs et mes supérieurs
 - Se fixer et atteindre ses objectifs
 - Animer et motiver ses collaborateurs
 - Recruter et intégrer des nouveaux collaborateurs
 - Formation et accompagnement des collaborateurs
 - Gestion des tensions
 - Respecter une politique qualité
- **MAÎTRISER LES OUTILS DE LA SUPERVISION EN RÉCEPTION D'APPELS**
 - Formaliser les processus et maîtriser les modes opératoires
 - Connaître la configuration des postes et du plateau
 - Gérer et exploiter les écoutes et les appels mystère
 - Respecter la qualité de service
 - Gérer les files d'attente
- Gérer les incidents : absences, pannes, réclamations, litiges...
- Analyser le trafic et les demandes clients
- Dimensionner et planifier ses équipes
- Assurer le reporting
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

ACC-STR

Manager et structurer un service d'accueil

■ **DURÉE :** 3 jours (21h)

■ **TARIF :** Paris - 1785 € HT
Province - 1785 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 27/05 - 26/10 -

Toutes nos dates sur www.m2information.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Managers de proximité affectés à des services d'accueil et de relation client.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Mettre en place un fonctionnement particulier de leur service en lien avec les réalités du métier de la relation client en face à face
- Evaluer le service sur la base des réalités du terrain et des dimensions opérationnelles de l'accueil
- Accompagner et suivre les agents dans leurs pratiques opérationnelles.

■ UNE ORGANISATION ORIENTÉE SOUTIEN

- L'aide en management des univers sous tension
- Le management de l'aide
- La notion de soutien : individuel / collectif
- Les outils du soutien
- L'accompagnement
- La posture d'accompagnateur
- Les outils de l'accompagnateur
- Le rôle support
- La bonne répartition des rôles et l'établissement de distances spécifiques

■ LA COMPRÉHENSION DES RISQUES ET DES SITUATIONS CONFLICTUELLES

- Conflits
- Agressivité
- Impact sur les agents
- Impacts sur le groupe
- Analyse des risques
- Stratégies de maîtrise

■ DÉVELOPPER DANS SON MANAGEMENT LES DÉMARCHES ET LES PARCOURS INDIVIDUELS

- Pour permettre aux opérateurs de
 - Gérer les impacts
 - Rester dans une bonne distance
 - Gérer la récupération
- Tests, auto-diagnostics
- Exemples de cas
 - Analyse en groupe
 - Remédiation

■ DÉVELOPPER DANS SON MANAGEMENT LES DÉMARCHES COLLECTIVES ET LES APTITUDES

- Pour permettre au groupe de
 - Mettre en oeuvre le soutien, la régulation et le suivi
 - Responsabilité
 - Co-construire un univers bienveillant

- Mise en oeuvre d'outils du collectif
- Tests, auto-diagnostics
- Exemples de cas
 - Analyse en groupe
 - Remédiation

■ DÉVELOPPER DANS SON MANAGEMENT LES DÉMARCHES ET LES MOYENS

- Pour permettre aux opérateurs de
 - Gérer les ressources individuelles et collectives
- Grilles des outils utilisables en situation
- Jeux et mises en situation
 - Analyse en groupe
 - Remédiation

■ SYNTHESE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

ACC-COAP

Superviseur : coachez vos équipes en centre d'appels

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 20/04 - 5/11 -

Toutes nos dates sur www.m2information.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Superviseurs et animateurs de centre d'appels.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Industrialiser votre activité de prospection téléphonique
- Gagner en confiance pour mener à bien une action d'appel sortant
- Construire des scripts d'appels convaincants en toute autonomie.

■ LA POSTURE DU « COACH » DE TÉLÉOPÉRATEURS

- Le rôle du coach dans l'équipe
- La logique d'intervention du coach
- La maîtrise du questionnement type maïeutique
- La notion d'accompagnement encadrant
- La valorisation de l'intention positive
- Les techniques de stimulation positive

■ EVALUATION DES APPELS

- La mise en oeuvre d'un contexte positif
- Développer un relationnel adapté
- La construction d'une grille d'observation sur les critères de fond et de forme
- Le recensement préalable des points forts et axes d'amélioration
- L'avis du coach
- La synthèse et la définition d'un plan d'action

■ LES SPÉCIFICITÉS DU TÉLÉPHONE

- Le schéma de la communication orale
- Le schéma mental de travail du téléopérateur
- Les attitudes à cultiver au téléphone (préparation mentale)
- La perception des appels sortants (la peur du « non »)
- Le schéma d'organisation au téléphone

■ S'ADAPTER AU CLIENT

- Les 6 motivations du client (le modèle SONCAS)
- Le bon niveau de dialogue grâce au PAE (parent / adulte / enfant)
- Les réactions des prospects (la loi de Gauss)
- Les préjugés sur la vente
- La mission derrière l'acte de vente
- La recherche d'une définition acceptable pour le collaborateur
- Le recadrage sur le prix de la prestation
- Les expressions à éviter et/ou à privilégier

■ SCÉNARIO D'APPEL ET CHAMP SÉMANTIQUE

- La voix et ses modalités
- Le code rythmique d'un script pour faire passer de la lecture à l'interprétation
- La notion d'accroche
- L'identification des signaux d'achats
- Le listing des caractéristiques de l'offre
- Leur traduction en avantages pour le client
- La recherche d'exemples concrets avec le téléopérateur

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

ACC-SUP

Superviseur : construisez vos scripts d'appels entrants et sortants

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 18/05 - 19/10 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Superviseurs et animateurs de centre d'appels récemment promus.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Elaborer collectivement une démarche sémantique efficace en direction des clients et des prospects
 - Faire adhérer les téléconseillers aux scripts d'appels élaborés
 - Augmenter l'efficacité générale des téléconseillers en émission et réception d'appels.

- **LES ÉLÉMENTS CONSTITUTIFS D'UN SCRIPT D'APPEL**
 - La logique de «l'arbre à script»
 - Les nouvelles logiques de «champ sémantique»
 - L'anticipation sur les réponses possibles de l'interlocuteur
 - Les correspondances de langage
 - Les déclencheurs du dialogue
- **LE SCRIPT D'APPEL SORTANT POUR PRISE DE RENDEZ-VOUS ET TÉLÉVENTE**
 - La trame de construction d'un script sortant en champ sémantique
 - Réussir l'entrée en relation
 - L'accroche produit
 - La «vente» du rendez-vous
 - La construction d'une proposition commerciale simple et percutante
 - Les méthodes de conclusion
- **L'APPEL ENTANT**
 - Le recensement des règles de gestion à faire respecter en appel entrant
 - Les techniques de réception
 - La posture de réception
 - Le vocabulaire qui véhicule le professionnalisme
- **L'INFLUENCE DES PARAMÈTRES NON-VERBAUX**
 - Les dimensions de la communication
 - Verbal, vocal / non-verbal
 - La prise en compte de l'attitude générale du téléconseiller
- **L'ADHÉSION À UN SCRIPT D'APPEL**
 - Les solutions pour mobiliser des collaborateurs autour d'une démarche sémantique
 - L'efficacité et l'autonomie
 - La définition des incontournables
- **LE SCRIPT COMME OUTIL OPÉRATIONNEL**
 - Les temps d'évolution d'un script
 - La période de rodage
 - La production
 - L'actualisation
 - Les sources à utiliser
 - L'écoute des téléconseillers
 - Le recueil des bonnes pratiques
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

ACC-AGRES

Gérer les clients difficiles à l'accueil

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 26/02 - 1/06 - 17/12 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne ayant à accueillir des clients et conduire des entretiens.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Identifier les problèmes de communication
 - Comprendre l'autre
 - Identifier et anticiper les conflits
 - Canaliser et gérer le conflit
 - Trouver d'autres solutions.

- **LES BASES DE LA COMMUNICATION**
 - La notion de point de vue
 - Nos «cartes du monde»
 - Qu'est ce qui pose problème dans la communication ?
 - Verbal et non-verbal
- **COMPRENDRE L'AUTRE AVANT DE SE FAIRE COMPRENDRE**
 - Calibration et synchronisation : observer et se servir de ses observations pour établir la relation
 - Les différents degrés d'écoute
 - Questionner pour trouver le vrai message
 - Savoir reformuler
 - Gérer les émotions : les siennes et celles de l'autre
- **COMPRENDRE LES PROCESSUS DU CONFLIT**
 - Les facteurs déclencheurs
 - Les facteurs aggravants
 - Les différentes évolutions possibles d'un conflit
- **SORTIR DU CONFLIT**
 - Les différentes formes de négociation
 - Négocier des solutions gagnant-gagnant
- **TRANSFORMER LE CONFLIT EN OPPORTUNITÉ**
 - Que nous apprend le conflit ?
 - Répondre à la vraie demande du client et aller plus loin
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

ACC-DIF

Être à l'aise dans son poste d'accueil

■ **DURÉE :** 3 jours (21h)

■ **TARIF :** Paris 1785 € HT
Province 1785 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 29/01 - 13/04 - 5/08 -

Toutes nos dates sur www.m2information.fr

■ **PRÉ-REQUIS**

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ **PUBLIC CONCERNÉ**

Tout public éprouvant des difficultés dans la gestion d'accueil (effectif : minimum 3 personnes, maximum 10 personnes).

■ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**

- Analyser votre pratique de communication
- Vous adapter aux situations difficiles.

■ **SE SITUER DANS SA FONCTION D'ACCUEIL**

- Faire l'inventaire des situations difficiles rencontrées (dans l'univers professionnel)
 - Distinguer publics difficiles, publics en difficulté, publics qui mettent en difficulté
 - Dresser une typologie de ces publics

■ **IDENTIFIER LES TECHNIQUES DE BASE DE LA COMMUNICATION MISES EN OEUVRE DANS UNE SITUATION D'ACCUEIL**

- Le langage verbal et non-verbal
- L'empathie
- Découvrir son propre mode de gestion des difficultés

■ **IDENTIFIER LES TECHNIQUES DE COMMUNICATION FACILITANT UNE SITUATION D'ACCUEIL DIFFICILE**

- La prise en charge de la personne accueillie
- Les niveaux logiques et la résolution des conflits
- L'écoute et la reformulation
- Les canaux de communication
- Le schéma de communication
- Le langage positif
- La phrase d'accueil

■ **IDENTIFIER SES CRAINTES ET SES ÉMOTIONS QUAND ON LES CONFRONTE À UN ACCUEIL DIFFICILE**

- Situer son niveau d'agressivité
- Être confronté à la violence physique ou verbale
- Être confronté à la détresse
- Se réparer après un accueil difficile

■ **ANALYSER UN CONFLIT : IDENTIFIER LES DIFFÉRENTES PHASES D'UNE SITUATION CONFLICTUELLE**

- Les méthodes de prévention et résolution des conflits
- Les conflits dans un contexte professionnel

■ **CERNER LES LIMITES DE SA MARGE DE MANOEUVRE : LE NÉGOCIABLE ET LE NON-NÉGOCIABLE**

- Désamorcer la mauvaise foi

■ **ÊTRE CAPABLE DE S'AFFIRMER DANS DES SITUATIONS TENDUES**

■ **ANALYSER LES IMPASSES RELATIONNELLES**

- Situer son niveau d'assertivité
- Identifier les attitudes assertives et non assertives
- Mieux utiliser ses ressources personnelles pour agir

■ **PRENDRE EN COMPTE SES ÉMOTIONS ET CELLES DE LA PERSONNE ACCUEILLIE**

- Savoir réagir aux agressions verbales ou physiques
- Savoir réagir face à la détresse de la personne accueillie
- Réduire les tensions inutiles et retrouver le contrôle dans les situations complexes
- Identifier et répondre à la demande de la personne accueillie
- Développer sa capacité à passer du réactionnel au relationnel

■ **FORMALISATION D'UN PLAN D'ACTION INDIVIDUALISÉ**

■ **SYNTHÈSE DE LA SESSION**

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

ACC-TELDIF

Gérer et prévenir les situations difficiles par téléphone

■ DURÉE :	2 jours (14h)
■ TARIF :	Paris - 1190 € HT Province - 1190 € HT
■ DATES (de début de session) :	- 16/03 - 22/06 - 21/12 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr	
■ PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
■ PUBLIC CONCERNÉ	Commerciaux sédentaires, collaborateurs des services ADV et SAV, assistant(e)s commerciaux(les).
■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	- Comprendre les mécanismes du conflit pour s'y adapter - Développer la maîtrise de soi - Transformer un appel conflictuel en une recherche de solution commune.

■ PRÉVENIR LES LITIGES CLIENTS

- Clarifier les attentes du client
- Clarifier les réponses à apporter aux attentes du client
- Avoir l'esprit client et le mettre en valeur

■ LES SPÉCIFICITÉS DE LA COMMUNICATION TÉLÉPHONIQUE

- Adapter le ton, la voix, le rythme verbal et le vocabulaire
- S'intéresser à son interlocuteur par l'écoute active
- Questionner pour recueillir les raisons du litige

■ COMPRENDRE LES MÉCANISMES DU CONFLIT

- Adopter la bonne attitude pour trouver une relation « gagnant - gagnant »
- Les 4 « positions de vie » face à un conflit ou à un stress
- Les interactions possibles selon l'attitude adoptée et leurs conséquences sur la relation client

■ SAVOIR GÉRER LES CONFLITS

- Apprendre à reconnaître les registres de communication utilisés par le client et savoir s'y adapter
- Maîtriser les étapes d'un pic émotionnel
- Bâtir le fil conducteur, à dérouler au téléphone, pour garantir la solution relationnelle

■ RÉSOUDRE

- Comment clarifier et s'assurer des intentions communes
- Chercher les points d'accord et les valider
- Construire une position gagnante
- Prendre des engagements concrets (qui fait quoi, quand et comment)

■ FORMALISER

- Comment appliquer les principales clés de construction d'une réponse à une réclamation
- Choisir les mots justes et le style adapté
- Personnaliser la réponse pour valoriser son client
- Transmettre une image positive de sa société

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

Inter-entreprises

« Les inter-entreprises classiques »

À choisir, lorsque les besoins de formation correspondent aux contenus des cours décrits dans le « catalogue », sans besoins particuliers supplémentaires. Les formations inter-entreprises favorisent les échanges et la confrontation des points de vue. Elles permettent surtout de s'ouvrir aux pratiques des autres et de constituer un réseau relationnel enrichissant. M2i Formation propose un calendrier inter-entreprises spécifique à chaque région.

COMMUNICATION

Vous avez la parole, adaptez votre communication.

Les experts M2i abordent la communication dans sa définition première : se donner les moyens de s'exprimer intelligiblement pour être « entendu » et ainsi gagner en efficacité pour se développer.

Chaque situation et chaque support de communication interne ou externe à l'entreprise implique une stratégie et un mode d'expression spécifique pour être efficient.

Les experts M2i vous accompagnent avec des formations en communication : Communication orale (Prise de parole, conduite de réunion et d'entretien...), écrite (Rédiger des écrits professionnels efficaces, Prise de notes synthétique et compte rendu, Ecrire des courriels corrects et efficaces...) ou s'adaptant aux plus récents et efficaces leviers de la communication digitale (Réseaux sociaux - Community management, Gestion de e-réputation, Créer et gérer une page sur les réseaux sociaux...).

Nos experts



ETIENNE (Communication écrite)

Ingénieur agronome, formé à l'IFACE aux métiers du conseil et de la formation, Etienne a une passion pour la langue écrite et pour la communication visuelle.

Depuis vingt ans, il aura ainsi rédigé plus de 10.000 pages de supports pédagogiques ou techniques.

Parallèlement, Etienne anime des formations sur les techniques de communication écrite et de présentation, sur la lecture, sur la mémoire...

Enfin, il écrit : sur la peinture et la création, sur le clonage et le désir mimétique, sur Babel ou Internet... et sur l'écrit.



CHRYSTEL (Communication orale)

Forte d'une vingtaine d'années d'expériences très opérationnelles et d'une formation de formateur, Chrystel forme et accompagne les salariés d'entreprises de diverses tailles et de divers secteurs (public, privé, services, industrie)

Elle intervient dans les domaines de la communication orale, des Relations commerciales, en Efficacité professionnelle – Développement personnel.

Passionnée par son métier et les thématiques sur lesquelles elle intervient, elle s'attache à rendre ses formations opérationnelles, conviviales et efficaces



DELPHINE (Communication digitale)

A la suite d'études en Ingénierie de la Formation Professionnelle, Delphine exerce depuis près de 15 ans en tant que Consultante en web et communication.

Passionnée par les outils de communication et de réseaux, elle s'est orientée plus particulièrement vers la création de sites Web et les outils du Web 2.0.

Toujours à la recherche de nouvelles approches pédagogiques, Delphine développe au sein de M2i des outils innovants : jeux pédagogiques , vidéo tutoriels , classes virtuelles ...

Filière **Communication**

COMMUNICATION ÉCRITE

p. 81

Rédiger des écrits professionnels efficaces.....	p.	81
Se réconcilier avec la conjugaison, l'orthographe et la grammaire.....	p.	81
Ecrire des courriels corrects et efficaces.....	p.	82
Prise de notes rapides avec la méthode Meras.....	p.	82
Prise de notes synthétique et compte-rendu.....	p.	83
Lecture efficace et mémorisation.....	p.	84



COMMUNICATION ORALE

p. 85

Prise de parole en public.....	p.	85
Réussir ses présentation en public avec PowerPoint.....	p.	86
Media-training : réussir ses prises de parole avec les médias.....	p.	87
Maîtriser et exploiter le potentiel de sa voix.....	p.	87
Développer son esprit de synthèse à l'écrit et à l'oral.....	p.	88
Préparer et conduire une réunion.....	p.	88
Animer une classe virtuelle.....	p.	89
Communiquer efficacement.....	p.	89
Communiquer avec persuasion et force de conviction.....	p.	90
Communication en organisation transverse.....	p.	90
Communiquer avec aisance en situation difficile.....	p.	91
Communication interculturelle pour le personnel d'accueil.....	p.	91
La communication intergénérationnelle.....	p.	92
Décoder la communication non verbale.....	p.	92
Améliorez vos relations professionnelles grâce à la CNV.....	p.	93
Formation de formateur occasionnel.....	p.	93
Méthodes d'animation pour formateurs.....	p.	94



COMMUNICATION DIGITALE ET RÉSEAUX SOCIAUX

p. 94

Réseaux sociaux - Community manager.....	p.	94
Réseaux sociaux : communiquer efficacement.....	p.	95
Les médias sociaux associés à la stratégie Web.....	p.	95
Créer et gérer une page Facebook.....	p.	96
Gérer sa e-réputation et sa présence sur les réseaux sociaux.....	p.	96



COME-RED

Rédiger des écrits professionnels efficaces

A l'issue de ce stage, vous serez capable de vous exprimer avec clarté et concision grâce A l'acquisition de réflexes rédactionnels.

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 10/02 - 4/06 - 16/11 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne ayant à communiquer par écrit au sein de son entreprise.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Utiliser efficacement les principales techniques de communication écrite
 - Rendre les documents clairs, attractifs pour faciliter leur lecture.

■ POUR DES ÉCRITS EFFICACES

- Avant de rédiger
- Enrichir ses idées
- Déterminer l'objectif de l'écrit
- S'adapter au lecteur
- Pour bien écrire
- Le choix du plan
- Paragraphes, introduction et conclusion
- Titres, intertitres et chapeaux

■ ÉCRIRE POUR ÊTRE LU ET COMPRIS

- Les règles d'or de la lisibilité
- Faire court et simple
- Éviter le jargon
- Éviter la langue de bois bureaucratique
- Éviter le franglais
- Comment écrire court et clair
- Le style écrit fluide
- Des écrits vivants et concrets
- Savoir attirer l'attention
 - Les techniques d'accroche
 - La présentation des documents

■ LES DIFFÉRENTS TYPES D'ÉCRITS PROFESSIONNELS

- Les documents de l'entreprise et leur fonction
 - Lettre
 - Message
 - Lettre d'envoi
 - Note de service
 - Compte-rendu
 - Procès verbal
 - Ecrits commerciaux
- Prise de notes et compte-rendu

■ RAPPELS SUR LES PIÈGES DE LA LANGUE FRANÇAISE

- Les règles de l'orthographe grammaticale, les abréviations
- Les verbes introducteurs dans les écrits professionnels
- Néologismes et barbarismes
- Les mots de liaison

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



COME-ORT

Se réconcilier avec la conjugaison, l'orthographe et la grammaire

A l'issue de ce stage, vous maîtriserez les règles fondamentales de l'orthographe, de la grammaire et de la conjugaison afin de rédiger avec davantage de facilité.

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 16/03 - 10/08 - 3/12
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Tout public.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Mettre vos qualités rédactionnelles à jour
 - Être à l'aise avec l'orthographe des mots, la grammaire et les conjugaisons de base
 - Retrouver le goût de la rédaction par des exercices d'écriture fondés sur l'entraide
 - Dédramatiser les oublis.

■ VOS ACQUIS ET AXES D'AMÉLIORATION

- Vos forces et faiblesses
- Détermination de vos axes de progression

■ QU'EST-CE QU'UNE PHRASE BIEN CONSTRUITE ?

- Repérer les éléments principaux d'une phrase
- Connaître les termes qui relient toutes les parties entre elles, soulignent le sens et facilitent la lecture
- Evaluer l'impact de la ponctuation

■ BIEN CHOISIR LE MODE ET LE TEMPS D'UN VERBE POUR BIEN EXPRIMER SA PENSÉE

- Différencier les modes et les temps d'un verbe
- Comprendre les nuances qu'ils permettent d'introduire dans le langage
- Savoir les harmoniser

■ BIEN ACCORDER LES MOTS

- Le genre et le nombre
- Les accords
- Ce qui ne s'accorde pas : adverbes et participes présents

■ BIEN CONJUGUER LES VERBES

- Les cas simples
- Les cas plus difficiles
- Dans les cas particuliers

■ BIEN ORTHOGRAPHIER LES MOTS

- Comprendre leur construction
- Utiliser le correcteur orthographique
- Éviter les confusions

■ LES ERREURS FRÉQUENTES ET COMMENT LES ÉVITER

- Le futur et le conditionnel
- L'indicatif et le subjonctif
- L'adjectif et le participe présent
- L'adjectif et l'adverbe
- Autres

■ LES OUTILS À UTILISER POUR ÊTRE AUTONOME

- Se méfier des correcteurs grammaticaux
- Savoir utiliser les diverses ressources



COME-MAIL

Ecrire des courriels corrects et efficaces

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 26/02 - 8/06 - 26/10 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Services administratifs, commerciaux et techniques, responsables...
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Rédiger des courriels qui seront lus et compris
 - Bannir les erreurs courantes de style et d'orthographe
 - Vous appuyer sur des formules éprouvées pour gagner du temps à la rédaction.

■ CONNAÎTRE LES FONDAMENTAUX DE LA RÉDACTION PROFESSIONNELLE

- Définir un objectif d'écriture
- Structurer ses phrases : place et nature des mots
- Utiliser le plan pour montrer sa logique
- Enrichir son vocabulaire
 - Chercher des synonymes
 - Chasser les anglicismes
- Choisir ses mots : courts, simples, concrets, corrects
- Privilégier la forme active et les verbes d'action
- Ponctuer à bon escient
- Abolir les erreurs d'orthographe courantes (révision rapide et complète des fondamentaux)

■ MAÎTRISER LA RÉDACTION DES COURRIELS

- Connaître les «codes» de cette communication : la «netiquette»
- Retenir les bonnes formules : entrée, sortie, politesse
- Émettre ou répondre à un courriel : demande, refus, consigne, convocation...
- Règles de diffusion, mise en copie, réponse
- Préciser l'objet, clé d'ouverture
- Choisir son style
 - Vivant et concret pour faire agir
 - Stratégique pour convaincre
 - Pédagogique pour informer
- Accompagner l'envoi de pièces jointes
- Entraînements : étude de cas et/ou cas réels

■ REPÉRER LES SITES PRATIQUES ET EFFICACES

- Pour connaître le courriel sous toutes ses coutures
- Pour être au top des néologismes officiels
- Pour maîtriser la grammaire sur le bout du clavier

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

COME-MER

Prise de notes rapides avec la méthode Meras

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 23/02 - 20/07 - 28/12 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne devant prendre des notes lors de réunions de comité de direction, comité d'entreprise et CHSCT, et rédiger un compte-rendu.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Préparer efficacement votre prise de notes
 - Utiliser la méthode MERAS de prise de notes
 - Restituer les propos des réunions
 - Rédiger rapidement un compte-rendu.

■ CONNAÎTRE LES AVANTAGES ET INCONVÉNIENTS DES DIFFÉRENTES MÉTHODES DE PRISE DE NOTES

- La sténographie
- Le style télégraphique
- Les abréviations
- Le Mind Mapping

■ APPRENDRE ET PRATIQUER LA MÉTHODE MERAS

- Découvrir les fondamentaux
- Écrire les consonnes
- Écrire les syllabes terminales
- Écrire les voyelles
- Écrire les semi-voyelles
- Écrire les chiffres, les jours et les mois
- Écrire les voyelles nasales
- Écrire le son «man»
- Écrire les hiatus
- Écrire les consonnes consécutives

■ ANTICIPER SA PRISE DE NOTES

- Les 3 questions à se poser avant la réunion
- Préparer son formulaire de prise de notes
- Ecouter en se posant 2 questions
- Repérer les informations pertinentes

■ RÉDIGER UN COMPTE-RENDU DE RÉUNION PERTINENT

- Différencier compte-rendu de réunion et procès-verbal
- Construire un schéma heuristique pour faciliter la rédaction
- Structurer le plan du compte-rendu
- Rédiger son texte
- Faire ressortir la structure du compte-rendu avec les titres et intertitres

- Mettre en valeur le texte avec les polices et les couleurs, le gras et l'italique
- Comprendre l'importance de la ponctuation
- Améliorer son style en jouant avec les mots
- Savoir rédiger de façon factuelle
- Se relire efficacement

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

COME-NOT

Prise de notes synthétique et compte-rendu

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 9/04 - 14/09 -

Toutes nos dates sur www.m2information.fr

■ **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne amenée à prendre des notes.

■ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
- Avoir une efficacité maximum dans la prise de notes et dans la capacité à acquérir les bons réflexes de synthèse lors des prises de notes
- Restituer des informations essentielles d'une réunion sous forme de compte-rendu.

■ COMMENT DÉVELOPPER SON ÉCOUTE

- Savoir exploiter nos deux cerveaux
- Se concentrer à bon escient
- Utiliser les ressources de sa mémoire
- Savoir rester objectif

■ LES BASES DE L'ÉCRITURE ABRÉGÉE

- Les principales abréviations et simplifications
- L'entraînement répété nécessaire pour l'acquisition de réflexes
- La création de son propre répertoire d'abréviations

■ L'ENTRAÎNEMENT À LA VITESSE

- Des dictées
- L'organisation de débats et jeux de rôle
- La projection de vidéos

■ L'ENTRAÎNEMENT À LA SYNTHÈSE

- L'analyse, le tri et la synthèse des idées essentielles
- Le repérage des articulations du discours
- L'acquisition et la maîtrise d'un vocabulaire efficace pour une reformulation efficace

■ LES DIFFÉRENTES PRISES DE NOTES

- Prise de notes structurée
- Prise de notes sous forme de tableaux ou fiches
- Prise de notes sous forme de schéma

■ LE COMPTE-RENDU ET LE PROCÈS-VERBAL

- Le choix du type de compte-rendu adapté à la situation
- La préparation de fiches, tableaux avant la réunion
- La distinction entre niveaux de données et le classement des informations
- La rédaction de titres, sous-titres...
- Rédiger des titres et des sous-titres parlants

■ RÉDIGER ET PRÉSENTER LE COMPTE-RENDU

- Une rédaction neutre et objective
- Le choix d'un style adapté, l'utilisation d'un vocabulaire précis
- Une syntaxe parfaite
- La présentation pour améliorer sa lisibilité

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



COME-LECT

Lecture efficace et mémorisation

DURÉE :	2 jours (14h)
TARIF :	Paris - 1190 € HT Province - 1190 € HT
DATES (de début de session) :	- 26/03 - 6/07 - 9/11 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr	
PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
PUBLIC CONCERNÉ	Toute personne souhaitant améliorer ses techniques de lecture.
OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluer vos capacités de lecture et identifier les comportements qui favorisent la concentration, la rapidité, la sélection des informations, la capacité de synthèse et la mémoire - Pratiquer les techniques de lecture rapide pour optimiser votre efficacité - Augmenter votre performance de lecteur sur le plan de la vitesse mais aussi de la compréhension et de la mémorisation - De piloter vos choix de lecture de façon active - Accroître votre concentration et votre attention, pratiquer méthodiquement la synthèse immédiate de contrôle mémoire.

■ EVALUER SA CAPACITÉ DE LECTURE

- Test de rapidité
- Test de compréhension
- Test de mémorisation
- Rapport vitesse / compréhension / restitution
- Évaluer sa capacité de synthèse
- Tests à l'aide d'une sélection de textes étalonnés et auto-diagnostic

■ COMPRENDRE LE MÉCANISME DE LA LECTURE

- Les facteurs qui ont un impact sur notre comportement de lecteur
- Le fonctionnement des yeux
- Le processus physique et mental
- Les comportements qui favorisent la concentration, la rapidité, la sélection des informations, la capacité de synthèse et la mémoire
- Bref exposé didactique et débat de groupe

■ LIRE PLUS VITE

- Identifier les freins à la vitesse de lecture
- Lecture intégrale ou lecture sélective ?
- Découvrir les techniques de lecture rapide
- Quelques techniques à connaître : les trois balayages visuels
- Élargir son champ visuel
 - Lecture intégrale
 - Lecture sélective
- Exercices d'amélioration du fonctionnement oculaire

■ MAÎTRISER SA MOBILITÉ VISUELLE

- En lecture complète
- En lecture sélective
- Savoir lire par fixation globale
- Savoir lire 5 à 7 mots à la fois
- Savoir appréhender le sens d'un paragraphe entier
- Entraînement intensif des mécanismes visuels

■ AUGMENTER VITESSE ET COMPRÉHENSION

- L'importance de la compréhension dans la lecture
- Renforcer son anticipation perceptive
- Les mots-clés
- Lecture d'index et de tables des matières
- Identifier les structures d'un texte
- Sélectionner les idées clés ou les informations importantes
- Choisir les balayages visuels et le niveau de vitesse approprié aux différents textes à exploiter
- Savoir faire une synthèse
- Entraînement intensif de sélection, d'analyse et de synthèse

■ ACCROÎTRE SA CAPACITÉ DE CONCENTRATION

- Connaître et gérer les principaux freins à la concentration
- Structurer sa pensée
- Se programmer mentalement pour pouvoir lire dans un environnement bruyant
- Savoir se motiver
- Savoir contrôler sa vitesse
- Bref exposé didactique et exercices de concentration

■ ACCROÎTRE SA CAPACITÉ DE MÉMORISATION

- Les lois de fonctionnement de la mémoire
- Que mémoriser ?
- Les différentes façons de mémoriser
- Repérer son type de mémoire
- Utiliser les mémoires annexes
- Savoir utiliser les fiches mémoire
- Bref exposé didactique et exercices de mémorisation

■ APPLIQUER LES MÉTHODES DE LECTURE EFFICACE ET RAPIDE AUX DOCUMENTS

- Le courrier, les magazines et les journaux
- Le repérage
- Les articles, la documentation technique
- L'écrémage, le surlignage
- Les documents épais (200 à 300 pages)
- Le survol, la lecture sélective
- Les passages ardues
- L'approfondissement
- Les schémas techniques, les plans et les tableaux financiers

- L'évaluation du rapport (clarté / précision)
- Les spécificités de la lecture sur écran d'ordinateur
- Entraînement intensif à l'aide de textes techniques

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

COMO-PAR

Prise de parole en public

A l'issue de ce stage, vous serez capable de préparer votre intervention en fonction de votre objectif, de trouver les méthodes qui permettent de capter l'attention de votre auditoire, et de répondre aux questions et objections tout en maîtrisant votre stress.

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 6/01 - 9/04 - 1/06 - 10/09 - 28/12 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne amenée à prendre la parole en public dans un contexte professionnel.

■ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**

- Détecter les éléments favorisant une expression orale fluide et efficace
- Savoir vérifier et détecter les mécanismes d'écoute de l'auditoire
- Comprendre ce qui freine l'expression
- Comprendre les blocages individuels
- Gérer vos propres émotions
- Améliorer vos comportements et votre attitude
- Garantir un impact.

■ GÉRER SON STRESS ET ATTÉNUER SON TRAC

- Méthode de la double évaluation
- Comprendre ce qui déclenche le stress
- Atténuer son trac par la pensée alternative
- Acquérir des outils pour faire face au stress
- Exercice pratique : mises en situation avec application des techniques et méthodes sur
 - La gestion du trac
 - La respiration
 - Le réglage de sa voix...

■ PRÉPARER SA PRISE DE PAROLE

- Se préparer mentalement
- Identifier et formuler son ou ses objectifs
- Connaître son auditoire
- Structurer son propos
- Bâtir une argumentation structurée et pertinente
- Utiliser les différents types d'argumentation
- Utiliser les différents effets de persuasion
- Utiliser les bons mots, les bonnes formulations
- Exercices
 - Réflexions collectives
 - Echanges et exercices pratiques sur les techniques de communication adaptées à chaque type d'intervention (exposé, débat, réunion...)
- Cas pratique : construire un argumentaire

■ CAPTIVER SON AUDITOIRE ET L'ASSOCIER

- Echanger avec son auditoire
 - Ecoute active
 - Questionnement
 - Reformulation
- L'importance de la communication non-verbale et para-verbale, la notion de congruence
- Travailler sa gestuelle et sa posture
 - Avoir des gestes d'ouverture, vivants et détendus
 - Etre expressif
- Travailler sa voix : articulation, volume, hauteur, timbre, intonation, débit, rythme...
- Travailler la prise d'espace, la proxémie
- Travailler les silences
- Gérer les apartés, les contradictoires
- Simulations filmées : interventions face au groupe
- Cas pratique : exemples d'utilisation des gestes lors d'une prise de parole

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



VOTRE INSCRIPTION ÉTAPE PAR ÉTAPE

1 - Vous choisissez votre formation

Dans notre catalogue
Sur notre site web www.m2iformation.fr
Dans notre catalogue interactif (www.m2iformation.fr)

2 - Vous complétez le bulletin d'inscription

en page 147 et l'adrezsez par fax 01 44 53 36 10 (fax centralisé) ou au N° de fax de votre centre régional habituel (coordonnées complètes fin de catalogue)

Ou

Vous effectuez une pré-inscription sur notre site web

Inscription Express www.m2iformation.fr

Ou

Vous adressez un e-mail à notre service clients :

client@m2iformation.fr en stipulant la formation choisie, les dates et le lieu ainsi que l'ensemble de vos coordonnées postales et téléphoniques

Ou

Vous pouvez également nous adresser votre bulletin d'inscription par courrier à M2i Formation

146-148 rue de Picpus 75012 Paris ou nous contacter au 0 810 007 689

3 - Dans tous les cas, vous recevrez une confirmation de votre inscription

Si toutefois, le stage était complet à la date souhaitée, votre conseiller formation vous proposera d'autres dates

4 - Vous recevrez ensuite une convocation et un plan d'accès

pour vous rendre à votre formation

Si vous hésitez sur le choix de votre formation, vous souhaitez obtenir un devis personnalisé ou des informations sur le financement de votre formation, faites-vous aider par nos conseillers formation :



PRIX D'UN APPEL LOCAL DEPUIS UN POSTE FIXE

Nous simplifions au maximum les formalités administratives ; nos convocations sont adressées par e-mail accompagnées du plan d'accès du centre concerné. Nos conseillers formation peuvent vous adresser des documents complémentaires comme des questionnaires d'évaluation de niveau, des contenus de cours spécifiques, des informations liées à nos méthodes de formation. Vous pouvez également recevoir la liste des hôtels ou restaurants à proximité de nos centres de formation, ou les consulter sur notre site internet.



COMO-POW

Réussir ses présentations en public avec PowerPoint

DURÉE :	2 jours (14h)
TARIF :	Paris - 1100 € HT Province - 1100 € HT
DATES (de début de session) :	- 23/02 - 21/05 - 17/08 - 14/12 - Toutes nos dates sur www.m2information.fr
PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
PUBLIC CONCERNÉ	Toute personne amenée à communiquer oralement dans son activité professionnelle devant un public.
OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	<ul style="list-style-type: none">- Préparer, en fonction d'un objectif de résultat, un propos adapté à votre auditoire- Évaluer l'opportunité d'un PowerPoint en fonction de votre objectif de communication- Vous construire une trame d'animation- Identifier votre style de communicant et celui de vos interlocuteurs- Concevoir des diapositives qui enrichissent le discours sans le concurrencer- Mettre en pratique les techniques de l'orateur efficace- Gérer les situations et/ou interlocuteurs difficiles.

LA CONCEPTION DES DIAPORAMAS

■ FACILITER LA CRÉATION D'UNE PRÉSENTATION

- Répondre aux questions préalables à la conception
- Définir les objectifs
- Hiérarchiser les informations à transmettre, créer un plan
- Soigner les transitions

■ UTILISER LES TECHNIQUES POWERPOINT POUR FACILITER LA CONCEPTION DES DIAPORAMAS

- Programmer l'aspect général des diapositives
- Mettre en évidence la hiérarchie de la présentation
- Personnaliser l'animation pour renforcer le message sans l'alourdir
- Générer les supports de l'animateur et des participants

■ APPLIQUER LES RÈGLES DE BASE DU GRAPHISME : ASSOCIATION DU BEAU, DU BIEN ET DE L'UTILE

- Mise en valeur des idées-forces
- Règles de ponctuation
- Identité visuelle
- Règles de typographie
- Force des graphismes
- Astuces d'allègement

L'ANIMATION

■ RESPECTER LE CYCLE DU CONTACT

- Soigner les moments-clés (introduction, conclusion...) d'une présentation pour
 - Susciter l'intérêt
 - Insuffler de l'enthousiasme (Gestalt, S. Ginger)

■ AJUSTER «ATTITUDES» ET «COMPORTEMENTS» AU DISCOURS, AU PUBLIC ET AU CONTEXTE

- Identifier son style de communicant et celui de ses interlocuteurs (Préférences cérébrales, N. Hermann)
- Adapter ses techniques pédagogiques aux objectifs de la présentation
 - Transmission d'information
 - Recueil d'information
 - Prise de décision
 - Demande d'adhésion...
- Prise de parole préparée / improvisée
- Gestion des interlocuteurs difficiles et des objections
- Maîtrise de la gestuelle et souci de congruence entre verbal et non-verbal
- Importance du regard, de la reconnaissance
- Occuper l'espace en s'adaptant aux contraintes ergonomiques
- Mesurer et adapter sa distance aux différents publics

■ VÉRIFIER L'IMPACT DE SES MESSAGES

- Feedback
- Questionnement
- Reformulation
- Écoute active

■ OPTIMISER SON LANGAGE VERBAL

- Articulation, rythme, intonation
- Formulations positives
- Vulgarisation des termes techniques
- Faire progresser les échanges en distinguant faits / sentiments / opinions

■ INTERVENIR PENDANT LE DIAPORAMA

- Résoudre les problèmes de connexion PC / Vidéo-Projecteur
- Modifier l'ordre de la présentation au dernier moment, pour s'adapter aux besoins de l'interlocuteur
- Pause écran noir
- Masquer des diapositives

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

COMO-MEDIA

Media-training : réussir ses prises de parole avec les médias

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 9/03 - 11/06 - 17/12 -

Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Managers, dirigeants, directeurs de communication, directeurs marketing ou toute personne ayant à prendre la parole devant des médias.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Maîtriser l'interview en fonction du support et en déjouer les pièges
- Faire passer vos messages et créer un impact
- Gérer les situations sensibles et de crise.

■ LES MÉDIAS ET LES JOURNALISTES

- Comprendre les spécificités de chacun (TV, presse écrite, radio)
- Le monde médiatique a changé : quels impacts ont les nouveaux médias ?
- L'audiovisuel : un monde à part
- Apprivoiser l'environnement
- Le monde des journalistes : les comprendre

■ SE PRÉPARER

- Etablir la relation
- Cerner le journaliste
 - Quel est sa personnalité ?
 - Quel est son objectif ?
- Rester centré sur l'essentiel : nos messages prioritaires
- Etre convaincant
- Garder le contrôle de l'échange

■ QUELQUES RÈGLES DU MONDE MÉDIATIQUE

- Avant et après : quelles questions peut on poser à un journaliste
- Les choses à faire / et celles à ne pas faire !
- La déontologie
- Le droit de réponse

■ OPTIMISER SA COMMUNICATION

- Les bases de la communication
- Verbale et non-verbale : une alliance à construire pour optimiser sa communication
- «Décoder» les messages non-verbaux de l'interlocuteur
- Canaliser le trac

■ MISE EN SITUATION

- Réalisation d'interviews factices, filmées, analysées et commentées

■ LES SITUATIONS DE CRISE

- Identifier, analyser et comprendre les situations problématiques dans son entreprise
- «Attirés par l'odeur du sang» : qu'est-ce qui attire les médias dans ces situations ?
- Le point de bascule
- Intégrer les médias dans le plan de communication
- Préparer son intervention
- Analyse de cas

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

COMO-VOIX

Maîtriser et exploiter le potentiel de sa voix

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 26/03 - 16/07 - 26/11 -

Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne souhaitant améliorer la qualité et l'impact de sa voix pour gagner en efficacité à l'oral.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Poser correctement votre voix : préserver vos ressources vocales
- Enrichir la qualité expressive de la voix : vous exprimer avec aisance et efficacité
- Renforcer l'impact de votre voix : accrocher l'écoute et l'attention de l'interlocuteur (public).

■ MAÎTRISER LES ATOUTS DE SA VOIX POUR ÊTRE ET RESTER DANS L'ÉCHANGE

- Développer les potentiels de la voix
- Prendre conscience de son identité vocale
- Maîtriser les accents naturels et expressifs de la voix (timbre, modulation, portée)
- Connaître sa voix en la ressentant physiquement (résonateurs)
- Développer les ressources de sa voix par le placement et la gestion du souffle

■ SAVOIR CAPTER L'ATTENTION ET CONVAINCRE GRÂCE À LA VOIX - LES FACTEURS CLEFS DE SUCCÈS D'UNE VOIX BIEN PLACÉE

- L'articulation
 - Appuyer les consonnes pour être mieux compris
- Le rythme : tempo, gestion des silences
 - Gérer le rythme et les silences dynamisent la parole et valorisent un mot, une phrase, une idée clés
- La modulation
 - Adapter l'intensité en fonction du nombre de personnes présentes et de la configuration de la salle
- Trouver son identité vocale et l'accepter
 - Etre en harmonie avec sa voix
 - Prendre conscience des qualités attractives naturelles de sa voix
- Savoir parler efficacement avec un micro (option)
- Animer avec un PowerPoint

■ FAIRE DE LA VOIX LE VECTEUR DE L'ÉTAT : AVOIR UNE PAROLE «VIVANTE» POUR CAPTER L'ÉCOUTE DE SON INTERLOCUTEUR (PUBLIC)

- Organiser son expression vocale
- La voix véhicule le sentiment, l'état et l'énergie
- La communication émotionnelle / énergie est la principale composante de l'échange orale

- S'appuyer sur sa voix pour développer sa présence aux regards de son interlocuteur (public)
- La qualité de la voix
 - Influe sur la conviction
 - Suscite l'écoute
 - Augmente la capacité de mémorisation de son message
- Travailler la fluidité et l'énergie de sa voix pour transmettre son message avec efficacité
- Habiter sa voix et son discours pour capter l'attention et remporter l'adhésion
- Rendre son message vivant et attrayant
- Identifier dans le contenu de l'intervention
 - Le rythme
 - Le silence
 - La modulation de la voix (expressivité, rythme, phrases / mots à mettre en exergue)
- Trouver le bon ton, effet de voix
- Être en relation avec l'autre, avec la voix de son interlocuteur (synchronisation du rythme / intensité)
- Savoir se concentrer pour gérer le stress et rester efficace
- Se relaxer
- Développer sa capacité de concentration
- Optimiser les qualités physiques et psychiques par un cycle respiratoire optimisé (respiration ventrale)

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

COMO-SYNTH

Développer son esprit de synthèse à l'écrit et à l'oral

A l'issue de ce stage, vous serez capable d'identifier les idées importantes, d'optimiser vos prises de notes et de réaliser la synthèse d'une intervention.

DURÉE :	3 jours (21h)
TARIF :	Paris - 1650 € HT Province - 1650 € HT
DATES (de début de session) :	- 15/06 - 14/12 - Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
PUBLIC CONCERNÉ	Toute personne désirant perfectionner son esprit de synthèse.
OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	- Dégager les idées clés d'un ensemble de documents écrits - Prendre des notes à partir d'une intervention orale pour en réaliser la synthèse - Structurer une intervention orale.

■ POURQUOI DÉVELOPPER SON ESPRIT DE SYNTHÈSE ?

- Fonctionnement du cerveau : cerveau droit et cerveau gauche
- Définir un objectif et structurer le contenu
- Distinguer les idées essentielles, secondaires et inutiles, des idées toutes faites et opinions
- Argumenter
- Adapter son langage
- Choisir un style simple et concret
- Identifier son mode de fonctionnement naturel

■ RÉALISER LA SYNTHÈSE D'UN DOCUMENT ÉCRIT

- Se fixer un objectif de lecture
- Stimuler sa créativité pour rechercher des informations détaillées à l'aide du schéma heuristique
- Prendre des notes à partir de plusieurs documents écrits à l'aide du schéma heuristique
- Structurer ses notes et réaliser une synthèse écrite

■ RÉALISER LA SYNTHÈSE D'UNE INTERVENTION ORALE

- Organiser sa prise de notes
- Repérer les idées clés à l'aide du schéma heuristique
- Réaliser un compte rendu écrit

■ RÉALISER UNE RESTITUTION ORALE ET ÉCRIT SYNTHÉTIQUE

- Définir son objectif
- Organiser sa restitution en fonction de son objectif
- Créer de l'intérêt
- Développer un argumentaire
- Appliquer les principes d'une écriture efficace
- Répondre aux questions de façon synthétique

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



COMO-REU

Préparer et conduire une réunion

A l'issue de ce stage, vous serez capable de préparer et mener efficacement une réunion tout en se dotant de pratiques efficaces pour atteindre vos objectifs

DURÉE :	2 jours (14h)
TARIF :	Paris - 1100 € HT Province - 1100 € HT
DATES (de début de session) :	- 28/01 - 20/04 - 16/7 - 2/11 - Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
PUBLIC CONCERNÉ	Toute personne d'encadrement amenée dans ses fonctions à animer des réunions de travail d'informations d'échanges de décisions ou de résolution de problèmes.
OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	- Optimiser les conditions de réussite d'une réunion - Vous positionner en tant qu'animateur - Structurer la réunion - Rédiger et alimenter des comptes rendus.

■ OPTIMISER LES CONDITIONS DE RÉUSSITE D'UNE RÉUNION

- Situer l'outil «réunion» parmi les autres outils de communication
- Identifier les différentes fonctions d'une réunion
- Fixer les objectifs et les indicateurs de réussite
- Choisir de façon pertinente les participants
- Concevoir un projet de réunion
 - Ordre du jour
 - Méthode d'animation
 - Outils...
- Travaux pratiques : identifier les questions à se poser pour se préparer
- Cas pratique : rédaction d'objectifs, étude de cas

■ SE POSITIONNER EN TANT QU'ANIMATEUR DE LA RÉUNION

- Les 3 rôles de l'animateur
- Optimiser son animation en fonction de sa personnalité et de son public
- Faire produire un groupe
- Développer ses capacités de communication avec un groupe
- Développer ses capacités d'écoute et d'adaptation au groupe
- Identifier les différents rôles dans le groupe
- Jeux de rôles filmés de divers types de réunions

■ STRUCTURER SA RÉUNION

- Appropriation d'un outil original de structuration
- Choisir les outils d'animation adaptés
- Gérer mes incidents les plus souvent rencontrés
- Mise en situation filmée : entraînement pour lancer efficacement une réunion

■ RÉDIGER ET ALIMENTER DES COMPTES-RENDUS

- Choisir une technique de prise de notes
- Prendre des notes quelle que soit le type de réunion
- Structurer et rédiger le compte-rendu
- Cas où l'animateur réalise lui-même le compte-rendu
- Cas pratique : exercice pratique de rédaction d'un compte-rendu à partir d'une simulation de réunion

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



COMO-CLVIRT

Animer une classe virtuelle

- **DURÉE :** 3 jours (21h)
- **TARIF :** Paris - 1650 € HT
Province - 1650 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 13/04 - 21/09 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Tuteurs, e-tuteurs, formateurs, e-formateurs, animateurs de "hot line" pédagogique.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Appréhender l'animation de la formation à distance
 - Savoir utiliser les outils de la formation à distance
 - Rendre vivante une animation de formation à distance.

■ COMPÉTENCES VISÉES

- Optimiser l'intégration des NTIC dans un dispositif de formation
- Valoriser les investissements NTIC dans une problématique d'efficacité pédagogique
- Repérer les différents dispositifs à distance pour un accompagnement pédagogique adapté
- Faire vivre le dispositif de formation à distance

■ LE E-TUTEUR ET LA FORMATION À DISTANCE

- Importance du tuteur dans la formation à distance
- Conditions de réussite
- Compréhension des processus d'apprentissage

■ COMPÉTENCES DU TUTEUR

- Pédagogie, organisation, technique, interface utilisateur
- Rythmes du tutorat
- Savoir évaluer

■ MODÈLES, MODALITÉS, FORMATS DE DISPOSITIF ET OUTILS DU TUTORAT

- Modèle « individualisé » et « collaboratif » : fonctions et outils du tutorat
- Modalité « synchrone » : chat, vidéoconférence, téléphone
- Modalité « asynchrone » : e-mail, forums, fax
- Formats pédagogiques et rôle(s) du tuteur dans chaque dispositif
- Outils « spécialisés » : classe virtuelle, LMS, CMS, LCMS, logiciels auteurs

■ LA FONCTION « FACILITATEUR DE L'APPRENTISSAGE »

- Adaptation des parcours d'apprentissages
- Création d'activités pédagogiques
- Feedback et contribution aux forums

■ LA FONCTION « ADMINISTRATION DE L'APPRENTISSAGE »

- Gestion des inscriptions et constitution des groupes
- E-mail d'accueil
- Création, adaptation des parcours pédagogiques et suivi

■ LA FONCTION « EXPERT DU CONTENU »

- Apports théoriques en mode synchrone
- Témoignages et contribution aux forums de discussion

■ LA FONCTION « RÉGULATION DU GROUPE »

- Arbitrage et résolution de conflits
- Animation, relance des groupes et des individus

■ SYNTHÈSES DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

COMO-EFF

Communiquer efficacement

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 23/03 - 8/06 - 14/09 - 10/12 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Assistants, techniciens, agents de maîtrise ou tout salarié souhaitant améliorer son efficacité relationnelle.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Prendre conscience de l'origine de vos comportements
 - Comprendre les principes qui permettent de faire passer un message
 - Choisir le type de question adapté à l'information recherchée
 - Utiliser les techniques de l'écoute active
 - Distinguer les niveaux de langage
 - Comprendre clairement la situation de l'interlocuteur
 - Utiliser une technique appropriée pour traiter les objections
 - Acquérir une trame pour construire une argumentation impactante.

■ LA PRISE DE CONSCIENCE DE L'ORIGINE DE SES COMPORTEMENTS

- La théorie de l'iceberg
- Le filtre et ses obstacles dans la communication

■ LES PRINCIPES QUI PERMETTENT DE FAIRE PASSER UN MESSAGE

- Le schéma de la communication
- Le rôle et les responsabilités respectives de l'émetteur et du récepteur dans la communication
- Les 3 dimensions de la communication et leur impact dans la transmission d'un message

■ LE TYPE DE QUESTION ADAPTÉ À L'INFORMATION RECHERCHÉE

- Les questions ouvertes et fermées
- Les 3 forces des questions

■ LES TECHNIQUES DE L'ÉCOUTE ACTIVE

- La communication ping-pong et sa limite à la sphère sociale
- Les caractéristiques de l'écoute active : la recherche de la note finale
- Les compléments à l'attitude d'écoute active
- Le principe de la reformulation

■ LES NIVEAUX DE LANGAGE

- Le différentiel sémantique à l'origine des incompréhensions
- Les pièges de l'utilisation du verbe « être »
- La différence entre faits et évaluation

■ LA COMPRÉHENSION DE LA SITUATION DE L'INTERLOCUTEUR

- La grille « DOG » pour décortiquer le discours de l'interlocuteur
- Le réflexe questionnement pour éviter l'incompréhension

■ L'UTILISATION D'UNE TECHNIQUE APPROPRIÉE POUR TRAITER LES OBJECTIONS

- Les attitudes face aux objections
- La logique d'addition à la place de la logique d'opposition
- Le principe de l'accusé de réception

■ L'ACQUISITION D'UNE TRAME POUR CONSTRUIRE UNE ARGUMENTATION IMPACTANTE

- Le mélange d'éléments objectifs et subjectifs pour construire un argument
- La trame FOSIR en 5 étapes

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

COMO-PERS

Communiquer avec persuasion et force de conviction

DURÉE :	2 jours (14h)
TARIF :	Paris - 1100 € HT Province - 1100 € HT
DATES (de début de session) :	- 19/02 - 22/06 - 21/09 - 3/12 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr	
PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
PUBLIC CONCERNÉ	Toute personne amené à devoir convaincre son / ses interlocuteurs : commerciaux, conférenciers, animateurs de réunions, managers, coachs...
OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	<ul style="list-style-type: none"> - Vous exprimer clairement avec assertivité - Utiliser vos points forts spécifiques pour augmenter votre force de persuasion - Gagner en confiance en vous, pour vous exprimer avec plus d'efficacité dans les situations de stress.

- **COMMUNICATION EFFICACE**
 - Parler positif
 - Ecouter activement
 - Pratiquer le questionnement et la reformulation
 - Utiliser sa voix et son langage non-verbal
- **GÉRER SON STRESS EN SITUATION COMPLEXE ET/OU DÉLICATE**
- **PRENDRE LA PAROLE, SE POSITIONNER, AMENER UN POINT DE VUE DIFFÉRENT**
 - Eveiller votre intérêt
 - Résumer les faits
 - Faites le plein d'énergie
 - La visualisation
- **CONFIANCE ET ESTIME DE SOI ET DE L'AUTRE**
 - Les niveaux logiques
 - Les positions de vies
- **MISE EN SITUATION À PARTIR D'EXPÉRIENCES APPORTÉES PAR LES PARTICIPANTS**
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

COMO-ORGT

Communication en organisation transverse

DURÉE :	2 jours (14h)
TARIF :	Paris - 1100 € HT Province - 1100 € HT
DATES (de début de session) :	- 26/03 - 9/11 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr	
PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
PUBLIC CONCERNÉ	Cadres, techniciens, administratifs travaillant en mode transversal et ayant besoin de collaborer avec d'autres, sans lien hiérarchique.
OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	<ul style="list-style-type: none"> - Appréhender les enjeux des relations transversales - Vous affirmer dans des relations avec des interlocuteurs, occupant des fonctions et des responsabilités différentes - Vous inscrire dans une logique de développement des synergies transverses.

- **SE POSITIONNER DANS SES RELATIONS TRANSVERSALES**
 - Clarifier les expertises, l'emplacement hiérarchique et les objectifs individuels
 - Anticiper les divergences
 - Valider les intérêts communs
 - Identifier les résistances possibles
 - Redéfinir son propre niveau de pouvoir dans la relation pour développer des stratégies adaptées
- **DÉVELOPPER SON AGILITÉ RELATIONNELLE**
 - Redéfinir la notion d'interaction et modéliser les styles de communication
 - Maîtriser les spécificités de la communication non-hiérarchique au travers de 4 situations : hiérarchique vers le haut / vers le bas, horizontale et sans enjeu
- **SAVOIR MOTIVER ET DONNER ENVIE DE COOPÉRER**
 - Les clés de la pédagogie : bien expliquer avant de solliciter pour faciliter l'adhésion
 - Agir sur les leviers de l'influence sans autorité statutaire
 - Mobiliser les énergies autour d'objectifs communs
 - Développer des comportements de coopération
 - Savoir négocier
 - Etablir des relations coopérantes
 - Développer son influence pour mobiliser sans autorité hiérarchique
 - Motiver ses interlocuteurs autour de la fonction
 - Gérer les relations avec la ligne hiérarchique
- **DÉVELOPPER SON LEADERSHIP FACE AU GROUPE**
 - S'affirmer et savoir «suffisamment» se vendre
 - Manier fermeté et empathie dans la relation avec aisance
 - Tirer parti de la dynamique de groupe : la favoriser sans pâtir de ses dangers
 - Développer une vision globale du projet et la communiquer
- **SAVOIR ANTICIPER ET GÉRER LES SITUATIONS DIFFICILES ET LES CONFLITS**
 - Identifier et analyser les situations difficiles et les conflits
 - Connaître le pouvoir des mots
 - Adopter l'écoute adaptée et les comportements efficaces
 - S'affirmer sans agressivité
 - Maintenir l'intérêt
 - Savoir formuler une demande
 - Savoir dire non
 - Désamorcer et gérer les situations difficiles et les conflits
 - Repérer les pièges et les effets manipulateurs
 - Anticiper les objections
 - Etablir un vrai dialogue
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

COMO-DIF

Communiquer avec aisance en situation difficile

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 2/02 - 4/05 - 10/08 - 7/12 -

Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr

■ **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne souhaitant aborder sereinement des situations où la parole est difficile.

■ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**

- Trouver rapidement les mots justes, le ton, les attitudes les plus appropriées et adaptées à la situation
- Communiquer efficacement et de manière positive
- Réagir plus aisément à l'improviste.

■ FAIRE FACE AUX SITUATIONS OÙ LA PAROLE EST DIFFICILE

- Identifier et analyser vos situations difficiles
- Visualiser et élargir vos marges de manoeuvre
- Autodiagnostic : bilan personnalisé de ses propres comportements en situation difficile

■ LES POUVOIRS DU LANGAGE, LE LANGAGE DU POUVOIR

- Comprendre ce que les mots disent et ne disent pas
- Évaluer le poids et le sens caché des mots
- S'entraîner au langage pro-actif
- Partage de pratiques : mises en situation sur des cas concrets

■ DÉCODER OBJECTIVEMENT CE QUE L'ON VOUS DIT

- Adopter l'attitude d'écoute adaptée
- Choisir la bonne technique de reformulation
- Savoir répondre aux questions
- Développer son esprit d'à-propos
- Jeux de rôle : mise en pratique de l'écoute active

■ ADOPTER LES COMPORTEMENTS EFFICACES

- Identifier le sens des messages non-verbaux
- Repérer vos différents registres de communicant
- Maîtriser vos émotions et gagner en sérénité
- S'affirmer sans agressivité
- Exercice pratique : s'entraîner à formuler ses propos de manière assertive

■ TROUVER LES MOTS JUSTES ET ATTITUDES ADAPTÉES

- Donner un ordre et formuler une demande
- Dire non
- Faire une critique, exprimer un grief
- Rester maître du jeu face aux objections et aux critiques
- Prendre la parole et maintenir l'intérêt
- Jeux de rôle : mise en pratique des outils et méthodes

■ DÉSAMORCER ET GÉRER UNE SITUATION DIFFICILE

- Déjouer la langue de bois
- Repérer les pièges et les effets manipulateurs
- Anticiper les objections
- Mise en situation : construire un scénario de sortie de crise

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant

COMO-INTCUL

Communication interculturelle pour le personnel d'accueil

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 26/02 - 21/05 - 24/08 - 23/11 -

Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr

■ **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ **PUBLIC CONCERNÉ**
Personnels d'accueil et autres personnes ayant à interagir avec des publics de culture étrangère.

■ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**

- Favoriser les enjeux socio-culturels en interaction avec d'autres cultures
- Prendre conscience que vos propres "lunettes culturelles" peuvent altérer la vision que l'on a de l'autre
- Comprendre que nos perceptions et nos croyances ne sont pas la seule réalité.

■ LES FONDAMENTAUX DE LA DIVERSITÉ CULTURELLE

- Comprendre ce qu'est la culture
- L'importance de connaître et comprendre sa propre culture
- L'iceberg culturel : le lien entre l'apparence, les comportements et les valeurs

■ LA DIMENSION CULTURELLE

- Les valeurs culturelles
- Le sens du temps : conception et utilisation du temps
- Les relations interpersonnelles en termes de «je» ou «nous» (cultures individualistes vs collectivistes)
- Les distances d'interaction : les distances que chacun met entre lui et son entourage

■ RÉUSSIR LA COMMUNICATION INTERCULTURELLE

- La diversité des modes de perception : l'effet de filtres des valeurs culturelles
- S'adapter aux différents styles de communication : explicite vs implicite
- La communication verbale et non-verbale : chacun ses codes

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

COMO-INTERG

La communication intergénérationnelle

DURÉE :	2 jours (14h)
TARIF :	Paris - 1100 € HT Province - 1100 € HT
DATES (de début de session) :	- 26/01 - 11/05 - 15/10 - Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
PUBLIC CONCERNÉ	Responsables ou collaborateurs RH.
OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	<ul style="list-style-type: none"> - Mieux communiquer pour tirer profit de la diversité culturelle et générationnelle - Développer la cohésion, la synergie et la complémentarité entre générations - Identifier, repérer et comprendre les attentes, besoins, motivations et modes de fonctionnement des collaborateurs issus des trois générations - Valoriser le travail en équipe, en s'appuyant sur ce qui est commun différent et divergeant - Se positionner face aux tensions intergénérationnelles et interculturelles.

- **L'INTERGÉNÉRATIONNEL AU QUOTIDIEN**
 - Une question, une situation
 - Regroupement des questions par thématique et des situations par type
 - Etude de cas (méthode des incidents critiques)
 - Débriefing et synthèse des premiers résultats
- **REPÈRES INTERGÉNÉRATIONNELS ET INTERCULTURELS**
 - Identifier les différentes générations présentes dans le monde du travail
 - Les traditionnalistes (1930-1943)
 - Les Baby boomer (1944-1960)
 - La génération X (1961-1980)
 - La génération Y (1981-2000)
 - Identifier nos modèles et ceux des autres générations
 - Être vigilant pour limiter les stéréotypes
 - Repères historiques et sociaux
 - Impacts des différences générationnelles et culturelles dans
 - Le rapport au travail et à l'entreprise
 - Le rapport à la hiérarchie et au pouvoir
 - La communication interindividuelle et en équipe
 - La motivation, le désir de reconnaissance
 - Le rapport au changement et le sentiment de sécurité
- **IDENTIFIER SON PROPRE ANCRAGE CULTUREL ET SE DÉCENTRER POUR ADAPTER SA COMMUNICATION IDENTIFIANT**
 - La légitime diversité des représentations et des attentes
 - La pluralité des appartenances culturelles (identité plurielle)
 - Se situer sur des grilles de valeurs antagonistes
- Prendre en compte les diversités sans hiérarchiser, ni juger
- Des outils pour comprendre et gérer les différences générationnelles et culturelles
- Mises en situation
- **ACCUEILLIR ET TIRER PROFIT DES TENSIONS INTERGÉNÉRATIONNELLES**
 - Les stratégies de gestion de conflit
 - De l'exclusion à la coopération
 - Se positionner
 - Éviter la domination, la soumission, la fuite
 - Être créatif pour trouver des solutions qui font consensus et pas seulement compromis
 - Les outils de la médiation pour «faire tiers» et mieux communiquer au quotidien
 - Ajuster son style de communication dans des situations à priori contradictoires
 - Poser les limites du négociable et du non-négociable en interindividuel et en équipe
 - Mises en situations
 - Débriefing
- **PLAN D'ACTION, PERSPECTIVES ET ÉVALUATION**
 - Evaluation et transfert des acquis pour transformer les barrières culturelles et générationnelles en ressources et atouts
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

COMO-CNV

Décoder la communication non verbale

DURÉE :	2 jours (14h)
TARIF :	Paris - 1100 € HT Province - 1100 € HT
DATES (de début de session) :	- 5/02 - 18/06 - 23/11 - Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
PUBLIC CONCERNÉ	Toute personne intéressée par la communication et son impact dans le relationnel.
OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre et utiliser les bases de la communication - Comprendre l'impact du non-verbal dans la communication - Utiliser le non-verbal dans votre communication pour comprendre l'autre et se faire comprendre.

- **FONDAMENTAUX DE LA COMMUNICATION**
 - Les enjeux de la communication et ses objectifs
 - Communication et relation, l'influence
 - Interinfluence émotionnelle
 - Interinfluence corporelle
- **DÉCODER LA COMMUNICATION NON-VERBALE**
 - Différence entre «récolte d'information», «hypothèse» et «interprétation»
 - Boussole du Langage
 - Décoder les comportements
 - Tête, accès oculaires, «tics» faciaux
 - Buste
 - Bras et mains
 - Jambes
 - Le Calibrage
- **SE SERVIR DE SON NON-VERBAL DANS LA COMMUNICATION**
 - Synchronisation
 - Être corporellement éloquent
 - S'autoriser à être soi
 - La congruence
- **SYNTHÈSES DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

COMO-CNVIO

Améliorez vos relations professionnelles grâce à la CNV

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 12/03 - 20/07 - 15/10 -

Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne exerçant une fonction de management, de relations clients ou RH.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Reconnaître vos propres besoins
- Formuler une demande acceptable
- Oser vous affirmer et vous exprimer.

■ LE TRAVAIL SUR SOI

- Les bases de la CNV
- Les filtres qui nous coupent de la réalité
 - Jugements, préjugés, pensée binaire...
 - Le langage
 - La méconnaissance des sentiments et besoins
- La prise de conscience de ce que nous vivons vraiment
- Observer sans juger ni interpréter
- Sentir sans juger ni interpréter
- Ressentir
- Identifier ses besoins sans les projeter sur l'autre
 - Formuler une demande concrète, réaliste, positive et négociable
- Etre «vrai»

■ LA RENCONTRE AVEC L'AUTRE

- Les étapes de la CNV
 - Mise en pratique
- La prise en compte de l'autre
- L'écoute active
- Le silence
- L'empathie
- L'intelligence émotionnelle
- D'un puits à l'autre
- Prendre la responsabilité de ses sentiments
- Oser dire non
- Cesser d'avoir peur des conflits
- Exprimer sa colère
- Adopter une attitude responsable

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Mise en pratique et réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant

COMO-FORM

Formation de formateur occasionnel

A l'issue de ce stage, vous aurez acquis les méthodes et techniques pour concevoir, animer et évaluer une action de formation.

■ **DURÉE :** 3 jours (21h)

■ **TARIF :** Paris - 1650 € HT
Province - 1650 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 16/03 - 20/07 - 5/10 -

Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne ayant à préparer et à animer ponctuellement des formations.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Déterminer des objectifs d'intervention
- Mettre en place des dispositifs d'intervention cohérents
- Choisir des méthodes d'animation adaptées aux publics et à leurs compétences
- Animer des séquences de formation.

■ DÉTERMINER CLAIREMENT LES AXES D'UNE INTERVENTION

- Déterminer les besoins et les éléments contextuels
- Compétences / Savoir / Savoir-faire / Savoir-être
- Evaluation / Critères
- Demande / Besoin

■ CONSTRUIRE ET STRUCTURER UN PLAN D'INTERVENTION

- Ingénierie pédagogique
- Finalités / Objectifs
- Les 2 types d'objectifs et leurs critères
- Axes de travail
- Méthodologies pédagogiques
- Différents types de plans pour structurer le contenu

■ DÉVELOPPER DES MODÈLES D'ANIMATION

- Modèles pédagogiques et contenus de formation
- Facteur humain
 - Perceptions
 - Représentations
 - Ecoute
- Apprentissage, formation, action

■ ANDRAGOGIE

- Les spécificités de la pédagogie pour adulte : les règles et écueils
- La boucle de l'apprentissage
- L'intégration du facteur temps dans l'apprentissage

■ APPRENDRE, MÉMORISER, RETENIR, INTÉGRER, IMPRÉGNER ?

- Information et formation
- L'intégration du facteur temps et du taux de mémorisation
- L'évocation volontaire
- Les principes mnémotechniques
- Les différentes formes de perception
- Se former pour agir
- Le rôle du stagiaire, le rôle du formateur

■ CONCEVOIR DES SUPPORTS MIEUX ADAPTÉS POUR LE FORMATEUR ET LES PARTICIPANTS

- Les qualités d'un support pédagogique
- La sélection de l'information utile
- La mise en forme de l'information pour faciliter sa mémorisation et son utilisation
- Le document du participant : principes à respecter
- Les Mind Map

■ SAVOIR DONNER VIE À SON CONTENU EN UTILISANT LES TECHNIQUES APPROPRIÉES

- Les 12 principes essentiels d'animation
- Les supports visuels
- Le contenu de l'introduction
- Les étapes de la conclusion
- Les critères de choix d'une activité pédagogique
- La créativité pour enrichir à l'infini ses formations

■ MESURER LES ACQUIS DES STAGIAIRES

- Les types d'évaluation

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION



COMO-ANIF

Méthodes d'animation pour formateurs

A l'issue de ce stage, vous serez capable d'animer efficacement une formation en créant une dynamique de groupe.

■ DURÉE :	2 jours (14h)
■ TARIF :	Paris - 1100 € HT Province - 1100 € HT
■ DATES (de début de session) :	- 9/02 - 11/06 - 16/11 - Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
■ PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
■ PUBLIC CONCERNÉ	Conférenciers, animateurs de séminaire, chefs de service ou d'équipe (animant des temps de travail collectif, de formation, d'accompagnement) ou toute personne devant assurer des missions d'animation de séquences de formation.
■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	- Choisir des animations adaptées aux contenus des interventions et au contexte (public, durée, genre) - Préparer les éléments de l'animation - Utiliser les outils en créant de la dynamique de groupe - Développer les bons comportements face au groupe.

■ DIFFÉRENCIER LES CONTENUS ET LES MÉTHODOLOGIES PÉDAGOGIQUES

- Différentes formes pédagogiques
- Qu'est-ce qu'une séance d'apprentissage ? Un cours ?
- Méthodes de mise en action et d'animation
- Différents modèles de cours et d'interventions
- Théorie / Pratique
- Démarche diagnostic et individualisation, différenciation

■ DÉVELOPPEMENT D'UNE SÉQUENCE D'ANIMATION

- Structurer les séquences de formation autour des objectifs opérationnels
- Etablir un suivi clair et formel sur les besoins des stagiaires
- Adapter son modèle méthodologique à ses contenus et à son public
- Evaluer les progressions avec des objectifs pratiques
- Suivi et structuration de la formation
- Gestion des temps et des outils
- Gestion des supports

■ MANAGEMENT DES SITUATIONS

- Développer un plan d'animation
- Animation de groupe
- Animation de séance
- Animer des réunions, débriefs, bilans, retours, synthèses
- Influence / Manipulation / Information
- Management de groupe / Animation
- Les différents modèles de la communication avec un groupe

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



COMRS-CMAN

Réseaux sociaux - Community manager

■ DURÉE :	2 jours (14h)
■ TARIF :	Paris - 1190 € HT Province - 1190 € HT
■ DATES (de début de session) :	- 11/05 - 7/09 - Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
■ PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
■ PUBLIC CONCERNÉ	Toute personne amenée à exercer le rôle de Community manager au sein de son entreprise.
■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	- Mettre en place une stratégie digitale pour développer votre marque - Gérer la communauté - Suivre et piloter les campagnes de communication.

■ LES MÉTIERS DE LA COMMUNICATION DIGITALE

- Les nouveaux métiers de la communication
 - Responsable médias sociaux
 - Community manager
 - Trafic manager...
- Rôle et enjeux d'un Community manager
- Les différents types de Community managers

■ LA STRATÉGIE SOCIAL MÉDIA

- Concevoir un plan d'action média social cohérent
 - Définir ses objectifs de communication
 - Déterminer les outils et moyens : Facebook, Twitter, youtube, blog...
 - Analyser la concurrence

■ METTRE EN PLACE SA STRATÉGIE DE PRÉSENCE

- Créer une page Facebook, un compte Twitter, Google+ : les agrégateurs de réseaux sociaux pour gérer en multi-plateformes
- Gérer et participer aux conversations sur ses pages : Facebook, Google+, Viadeo...
- Partager du contenu : Slideshare, Blog, Pinterest...
- Gérer les crises et problématiques communautaires
- Mesurer l'impact de ses communications et prouver leur pertinence
- Faire de la veille opérationnelle

■ DÉVELOPPER SA MARQUE ET SON RÉSEAU RELATIONNEL

- Développer sa marque et sa réputation
- Mettre en place un social media planning
- Solliciter et associer les clients / Convertir ses clients en « fans »

- Construire un réseau professionnel media
 - Repérer les blogueurs influents
 - Communiquer avec l'e-presse...
- Mettre en place des campagnes publicitaires
 - Achats d'espace
 - Les échanges de liens...
- Animer et concevoir des événements : jeux concours, ads, API...
- Choisir des prestataires externes
 - Grille d'analyse
 - Calculs de coûts / rentabilité

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

COMRS-EFF

Réseaux sociaux : communiquer efficacement

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 26/03 - 6/07 - 9/11 -

Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne amenée à communiquer sur les réseaux sociaux pour promouvoir ses événements ponctuels sur les réseaux sociaux.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Mettre en place une stratégie de communication efficace pour promouvoir l'identité de votre entreprise
- Suivre et interagir avec votre communauté
- Mesurer par des indicateurs la pertinence de votre stratégie de communication.

■ L'USAGE DU MARKETING SOCIAL DANS LES STRATÉGIES DE COMMUNICATION

- Les évolutions du Web 1.0 au Web collaboratif
- Les caractéristiques du Web social et des communautés
- Réseau social et/ou réseau social d'entreprise ?

■ PRÉPARER SA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

- Concevoir son plan de publication sur les réseaux
- Définir sa méthodologie de publication sur les réseaux sociaux
- Préparer son planning de communication

■ CAS PRATIQUE : CRÉER SA PRÉSENCE NUMÉRIQUE SUR

- Les réseaux sociaux professionnels (Viadeo, LinkedIn...)
- Les plateformes généralistes (Facebook, Twitter...)
- L'intérêt des blogs d'entreprise

■ ANIMER SA COMMUNAUTÉ ET PROMOUVOIR SON IMAGE

- La gestion des contenus
 - Définir la cible et ses objectifs
 - Concevoir un contenu de qualité (Storytelling, Brand Content...)
- Les outils pour mieux gérer les communications multi-plateformes
- Interagir avec sa communauté
 - Mesurer l'efficacité de ses communications en mettant en place indicateurs et tableaux de bords
 - Veiller sur sa e-reputation
 - Participer et faire participer sa communauté
 - Recruter des membres
 - Gérer les crises communautaires
 - Les jeux et gaming sociaux

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

COMRS-WEB

Les médias sociaux associés à la stratégie Web

■ **DURÉE :** 1 jour (7h)

■ **TARIF :** Paris - 595 € HT
Province - 595 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 22/04 - 16/09 -

Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Il est nécessaire de connaître les bases de l'informatique et du Web.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne ayant à communiquer sur les médias sociaux dans une optique de stratégie de communication d'entreprise.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Comprendre les possibilités et intérêts des médias sociaux dans une stratégie de Web Marketing
- Cibler et choisir vos médias
- Construire votre présentation sur les médias
- Entretenir votre communication et publier des articles pertinents
- Vous faire connaître.

A l'issue de ce stage, vous serez capable de cibler et choisir les médias sociaux en fonction de votre stratégie de communication d'entreprise.

■ LES MÉDIAS SOCIAUX (SYNTHÈSE ET TENDANCES)

- Qu'est-ce que les médias sociaux ?
- Panorama des médias sociaux
- Qu'est-ce qu'une stratégie sociale média marketing ?

■ CIBLER ET CHOISIR SES MÉDIAS ET RÉSEAUX SOCIAUX

- Etude en survol de quelques réseaux sociaux
- Les blogs, Wikis, Forums, les réseaux de contenus (Youtube, Flickr...)

■ CONSTRUIRE SA PRÉSENTATION SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

- La répartition des tâches externes et internes
- Conseils d'implémentation de la stratégie

■ ENTREtenir SA COMMUNICATION ET PUBLIER DES ARTICLES PERTINENTS

- Règles universelles
- Règles spécifiques
- L'importance de la mise en place d'une charte

■ SE FAIRE CONNAÎTRE SUR LES RÉSEAUX

- Méthode de mise en place de veille Web
- Les outils de veille gratuits et payants
- La mise en place de tableaux de bord de la stratégie médias sociaux
- ROI et ROE



COMRS-FB

Créer et gérer une page Facebook

■ DURÉE :	1 jour (7h)
■ TARIF :	Paris - 595 € HT Province - 595 € HT
■ DATES (de début de session) :	- 18/03 - 17/06 - 13/10 - Toutes nos dates sur www.m2information.fr
■ PRÉ-REQUIS	Connaître les bases de l'informatique et du Web.
■ PUBLIC CONCERNÉ	Toute personne ayant à communiquer sur Facebook dans une optique de stratégie de communication d'entreprise.
■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	- Comprendre les enjeux de la communication sur Facebook - Créer et animer votre page Facebook d'entreprise.

■ INTRODUCTION À FACEBOOK

- Quels enjeux pour l'entreprise ?
- Comment déterminer sa stratégie de communication sur Facebook ?
- Mettre en place son plan d'action

■ CRÉER SA PAGE FACEBOOK

- Créer un profil administrateur
- Choisir et créer le nom de la page officielle
- Maîtriser l'interface d'administration
- Choisir les applications de la page

■ CONNECTER LA PAGE FACEBOOK

- Intégrer la page Facebook avec les autres médias Web et sociaux
- Communiquer sa page Facebook à ses contacts
- Like, share, plug-in et Facebook connect
- Partager du contenu

■ ADMINISTRER LA PAGE

- Gérer l'administration de la page
- Définir les contenus et les valider
- Écrire, créer l'événement
- Dialoguer avec les visiteurs et les fans

■ ENRICHIR SA PAGE

- Améliorer la page et faciliter la navigation
- Ajouter des onglets et des fonctionnalités
- Lancer des sondages et des jeux-concours
- Les outils et applications utiles

■ LES CAMPAGNES PUBLICITAIRES

- Mettre en place des campagnes publicitaires
- Etablir et gérer son budget
- Suivre sa campagne

■ ANALYSER LES STATISTIQUES

- Analyser les comportements des visiteurs et des fans
- Les statistiques de pages

COMRS-EREP

Gérer sa e-réputation et sa présence sur les réseaux sociaux

■ DURÉE :	1 jour (7h)
■ TARIF :	Paris - 595 € HT Province - 595 € HT
■ DATES (de début de session) :	- 11/02 - 24/06 - 20/10 - Toutes nos dates sur www.m2information.fr
■ PRÉ-REQUIS	Connaître les bases de l'informatique et du Web.
■ PUBLIC CONCERNÉ	Toute personne ayant à veiller à la réputation de son entreprise sur le Web, responsables Webmarketing, Webmaster...
■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	- Comprendre les mécanismes de la réputation en ligne - Identifier et décoder votre image et celle de votre entreprise sur le Web - Suivre et corriger l'évolution de votre image sur le Web - Utiliser les outils de veille et d'analyse de votre e-réputation.

■ NOTION D'IDENTITÉ NUMÉRIQUE

- Comment surveiller et protéger son image
- Mesurer les impacts sur la réputation de l'entreprise

■ DÉFINIR SES OBJECTIFS

- Se rendre visible sur le Web
- Créer une image d'entreprise cohérente
- Forger et maîtriser sa réputation

■ COMMENT VEILLER SUR SA E-REPUTATION

- Utiliser le référencement comme vecteur d'identité numérique
- Surveiller les blogs, les forums, les réseaux sociaux...
- Les outils de veille et d'alerte disponible gratuitement

■ ANALYSER ET AMÉLIORER SA E-REPUTATION

- Vérifier les paramètres de confidentialité de ses comptes
- Lancer un blog professionnel et gérer les médias sociaux
- Réagir et rectifier les erreurs
- Demander la suppression de pages ou de commentaires
- Les recours juridiques à utiliser
- Nettoyer une mauvaise e-réputation par les techniques de référencement naturel

DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

De l'aisance personnelle à l'efficacité professionnelle

Développer de nouvelles aptitudes dans son rapport à soi et aux autres, gérer ses émotions, mettre en place un climat favorable, sont des éléments clés de l'efficacité professionnelle et de l'épanouissement personnel.

Les experts M2i mettent donc à votre disposition des outils et méthodes opérationnelles de gestion du stress, du temps et de développement de vos compétences pour agir et interagir en utilisant pleinement votre potentiel.

Pour vous permettre de vous réaliser, M2i vous propose ainsi 20 formations en développement personnel : Gérer et utiliser ses émotions pour être plus efficace, Prévenir et surmonter le stress, Optimiser son temps et ses priorités, Maîtrise et affirmation de soi, transmettre ses savoirs... L'attrait de ces formations réside dans le fait qu'elles bénéficient à la fois à l'efficacité personnelle du stagiaire et à ses aptitudes professionnelles.

Nos experts



NATHALIE

Nathalie intervient en entreprise (management, cohésion des équipes, communication relationnelle, ateliers de pratiques) et pour les professionnels de la formation (techniques d'animations Créatives). Pragmatique et passionnée par son métier, Nathalie a un parcours professionnel et de vie atypique. Elle aime utiliser des pédagogies CREATIVES, et LUDIQUES comme appui, pour rendre ses interventions percutantes et utiles.

Attentive à la pédagogie et à l'exploration des processus d'apprentissage, elle met en application des outils, méthodes et jeux, dans le but d'éveiller, de faciliter les apprentissages, l'enrichissement collectif, l'autonomie et la responsabilité des personnes.



ANDRÉ

De formation Psychomotricien, André travaille depuis 1985 dans le domaine de la formation professionnelle.

Après avoir assuré des missions d'ingénierie au sein de divers OPCA, il s'est lancé en 1995, après une formation de formateur en qualité de consultant.

Spécialisé dans le domaine de l'efficacité personnelle et de la communication, il anime des séminaires de formation pour des Managers, collaborateurs et dirigeants d'entreprises.

Depuis 3 ans, il dirige le cabinet Audit Conseil Coaching formation et assure des prestations de formations pour le compte de groupes nationaux et de PME.



GWLADYS

Gwladys a débuté sa carrière en tant qu'Éducatrice Spécialisée dans des établissements scolaires classés « difficiles ».

Après avoir accompagné des élèves en grandes difficultés scolaires, relationnelles, familiales, Gwladys a choisi depuis 2011 de se tourner vers l'animation en formation.

La Transmission et l'Évolution sont des valeurs qui lui tiennent à cœur et qui l'ont amenée à devenir formatrice. L'humour étant un de ses moteurs également, elle le cultive dans ses formations et dans ses animations.

Gwladys est également Praticienne en psychothérapie PNL.

Filière **Développement personnel**

STRESS, ÉQUILIBRE PERSONNEL ET BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL p. 99

Communiquer et établir des relations positives au travail.....	p. 99
Développer sa créativité dans son quotidien professionnel.....	p. 99
Prévenir et surmonter le stress.....	p. 100
Seniors : dynamisez vos carrières.....	p. 101
Préparer sa retraite.....	p. 101



CONFIANCE ET AFFIRMATION DE SOI p. 102

Gérer et utiliser ses émotions pour être plus efficace.....	p. 102
Estime et confiance en soi.....	p. 102
Maîtrise et affirmation de soi : l'assertivité.....	p. 103



CONNAISSANCE DE SOI p. 103

Améliorez vos relations professionnelles grâce à la PNL.....	p. 103
Améliorez vos relations professionnelles grâce à l'Analyse Transactionnelle.....	p. 104
Arc-en-ciel DISC, mieux se connaître et mieux comprendre les autres... p.	104

ORGANISATION ET GESTION DU TEMPS p. 105

Mind Mapping - Carte Mentale.....	p. 105
Optimiser son temps et ses priorités.....	p. 105
Mieux s'organiser grâce à votre messagerie Outlook.....	p. 106
Développer sa concentration et sa mémoire.....	p. 107
Savoir se positionner dans un contexte de changement.....	p. 108



RÉSoudre DES SITUATIONS DIFFICILES p. 108

Savoir prévenir et résoudre les conflits.....	p. 108
Gestion des conflits avec la méthode Aïkido.....	p. 109



GESTION DES COMPÉTENCES p. 109

Savoir exercer le rôle de tuteur dans son entreprise.....	p. 109
Transmettre ses savoirs.....	p. 110
La gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC).....	p. 110



DPEP-POS

Communiquer et établir des relations positives au travail

■ **DURÉE :** 3 jours (21h)

■ **TARIF :** Paris - 1650 € HT
Province - 1650 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 12/01 - 4/05 - 12/10 -

Toutes nos dates sur www.m2information.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne souhaitant améliorer son efficacité et ses relations professionnelles.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Oser vous affirmer et/ou l'art d'être "assertif"
- Augmenter l'efficacité, le "confort" de vos relations de travail et votre maîtrise de situations relationnelles sensibles
- Limiter les actions inefficaces
- Développer un comportement adapté aux réactions d'agressivité, de passivité, de manipulation...

■ MIEUX SE CONNAÎTRE GRÂCE À UN AUTO-DIAGNOSTIC

- Comprendre les limites de nos comportements traditionnels de passivité, d'agressivité ou de manipulation...

■ RÉAGIR AUX COMPORTEMENTS AGRESSIFS, PASSIFS, MANIPULATEURS

- Identifier les comportements agressifs, passifs, manipulateurs... et développer un comportement adapté
- Faire face à l'agressivité
- Comprendre et faire dépasser les comportements passifs
- Développer l'habileté à déjouer les manipulations

■ SAVOIR DEMANDER AFIN D'OBTENIR

- Les enjeux de la situation
- Connaître les différentes étapes de la méthodologie

■ SAVOIR EXPRIMER SON DÉSACCORD AFIN D'ÉVITER LES «COUPES QUI DÉBORDENT»

- Utiliser le DESC
- Jouer cartes sur table pour mieux traiter un problème relationnel
- Savoir dire non sans agressivité et en expliquant son refus

■ GÉRER LES CRITIQUES ET LES COMPLIMENTS

- Formuler une critique qui puisse être entendue et «débouche» sur une situation constructive
- Recevoir une critique avec confort
- Gérer et utiliser les critiques justifiées
- Faire face aux critiques injustifiées et aux manipulations
- Recevoir et faire des compliments

■ SAVOIR NÉGOCIER ET ÉTABLIR DES RELATIONS COOPÉRANTES

- Connaître les méthodes de négociation gagnant / gagnant
- Anticiper les conflits inutiles
- Trouver des compromis réalistes et des accords profonds

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DPEP-CREA

Développer sa créativité dans son quotidien professionnel

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 12/01 - 11/05 - 17/09 -

Toutes nos dates sur www.m2information.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne désireuse d'utiliser et développer ses capacités créatives, acteurs impliqués dans l'innovation (chefs de produits, chefs de projets...).

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Emettre des idées
- Les présenter
- Les développer.

JOUR 1

■ INTRODUCTION

- Présentation
- Attentes
- Méthodes

■ QU'EST-CE QUE LA CRÉATIVITÉ

- Tour de table
- Jeu autour des idées reçues sur la créativité
- Bilan / plan d'action pour les 2 jours

■ HISTOIRE DE LA CRÉATIVITÉ

- Tour de table
- Jeu autour de citations
- Évolution
- Bilan / Mise à jour du plan d'action

■ FAIRE LE POINT SUR SA CRÉATIVITÉ

- Identifier ses blocages
- Identifier ses atouts
- Bilan / Mise à jour du plan d'action

JOUR 2

■ INTRODUCTION

- Quelles bonnes nouvelles ?
- Objectifs de la journée

■ LA CRÉATIVITÉ, UNE GYMNASTIQUE QUOTIDIENNE

- Un autre regard
- Les facteurs de créativité
- Les techniques
- Bilan / Mise à jour du plan d'action

■ SE LANCER

- Vos défis
- Bilan créatif
- Bilan / Mise à jour du plan d'action

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DPEP-STRE

Prévenir et surmonter le stress

A l'issue de ce stage, le participant sera capable de changer les réponses A ses stresseurs, apprendre A maîtriser le cycle pensées-émotions-tensions, développer de nouvelles stratégies et comportements de prévention du stress.

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 10/03 - 8/06 - 14/09 - 10/12 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne en situation de stress dans l'entreprise qui souhaite comprendre les mécanismes du stress et développer ses ressources pour y faire face.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Changer vos réponses à des stresseurs
 - Apprendre à maîtriser le cycle pensées / émotions / tensions
 - Développer de nouvelles stratégies et comportements de prévention du stress.

■ LE FONCTIONNEMENT DU STRESS

- Le décodage du processus du stress
- La roue du stress ou les différents points d'entrée pour lutter contre le stress
- Brainstorming
 - Autodiagnostic sur le niveau de stress
 - Identification des agents stressants au travail

■ L'IDENTIFICATION DE MANIÈRE OBJECTIVE DE SES SOURCES DE STRESS POUR RÉDUIRE LEURS IMPACTS

- L'identification de ses stresseurs
- Les différences de perception entre les individus
- Autodiagnostic : connaître son mode de fonctionnement en situation de stress

■ LES RÉACTIONS FACE AU STRESS

- La capacité de contrôle et ses conséquences
- Les messages contraignants et aidants
- Le risque de stress professionnel
- Cas pratique
 - Maîtriser son stress
 - Partage d'expériences et échanges de pratiques

■ LES ÉMOTIONS COMME SIGNAL POUR CHANGER SA RÉPONSE

- Les manifestations intérieures de nos émotions : le ressenti
- Le focusing pour se mettre à l'écoute de son corps
- La position du martien pour prendre de la distance avec son émotion
- Mises en situation de confrontation
 - S'entraîner à en sortir positivement
 - Autodiagnostic
 - Débriefing collectif

■ LA COMPRÉHENSION DU SENS DES ÉVÉNEMENTS POUR RÉDUIRE LEURS IMPACTS

- L'interprétation automatique et les angoisses injustifiées
- La représentation interne d'un événement
- L'action sur les modalités d'une représentation pour en modifier l'impact
- Jeux de rôle : communiquer et agir en situation de stress

■ UN ÉTAT ADAPTÉ À LA SITUATION

- La notion d'état ressource
- Le principe de l'association d'un état et d'un comportement
- Des gestes pour trouver instantanément l'état adapté
- Plan d'actions : concevoir un plan d'actions personnel pour convertir son stress en moteur d'efficacité

■ LA VACCINATION CONTRE UN ÉVÉNEMENT ANTICIPÉ COMME SOURCE DE STRESS

- Le principe de la peur d'avoir peur
- La technique de l'exposition volontaire

■ LES COMPORTEMENTS DIFFÉRENTS POUR ÉVITER DE REPRODUIRE DES AUTOMATISMES

- Le rôle de la mastication pour «couper» lors de la pause repas
- L'importance de l'activité physique et les petites actions à faire au quotidien
- L'écriture libre
- La respiration abdominale
- Mises en pratique de techniques de respiration et de relaxation
- Jeux de rôles sur la gestion du stress

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DPEP-SEN

Seniors : dynamisez vos carrières

■ **DURÉE :** 3 jours (21h)

■ **TARIF :** Paris - 1650 € HT
Province - 1650 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 27/04 - 28/10 -

Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ **PRÉ-REQUIS**

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ **PUBLIC CONCERNÉ**

Tout public de plus de 50 ans.

■ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**

- Sur le plan temporel : retrouver une nouvelle articulation temporelle (passé, présent, avenir)
- Sur le plan spatial : mettre en place une nouvelle organisation travail / hors travail, organiser la continuité du poste, élargir son champ d'action
- Sur le plan professionnel : faire le point sur ses compétences, découvrir de nouvelles sources de motivation.

■ **RETROUVER DES REPÈRES STABLES**

- Qu'est-ce qu'être un senior aujourd'hui ?
- Inventaire des changements d'environnement professionnel
- Repérage des éléments stables

■ **FAIRE LE POINT SUR SON DÉROULEMENT DE CARRIÈRE**

- Les réussites
- Les difficultés rencontrées dans le passé
- Les difficultés actuelles
- Les compétences acquises

■ **IDENTIFIER SES COMPÉTENCES**

- Définition d'une compétence
- Les compétences dans la fiche de poste
 - Compétences requises
 - Compétences souhaitables
- Les compétences développées sur le poste actuel
- Les compétences acquises dans le passé et non utilisées aujourd'hui

■ **DÉVELOPPER SES COMPÉTENCES RELATIONNELLES**

- Rappel des mécanismes de base de la communication interpersonnelle
- Présenter un projet
- Développer des relations gagnant / gagnant
- Argumenter et convaincre ses interlocuteurs
- Gérer les tensions

■ **TRANSMETTRE SES COMPÉTENCES**

- Les conditions nécessaires
- Définition du public concerné par l'acquisition de nouvelles compétences
- Les moyens à mobiliser
- Formalisation d'un plan d'action

■ **CONSTRUIRE UN NOUVEAU PROJET PROFESSIONNEL**

- Se fixer des objectifs
- Elaborer son plan d'action

■ **SYNTHÈSE DE LA SESSION**

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DPEP-RET

Préparer sa retraite

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 27/01 - 4/05 - 7/09 -

Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ **PRÉ-REQUIS**

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ **PUBLIC CONCERNÉ**

Toute personne en fin de carrière professionnelle souhaitant anticiper son passage à la retraite Effectif (minimum 3 personnes, maximum 10 personnes).

■ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**

- Mieux vivre la fin de votre vie professionnelle et préparer votre retraite
- Faire le point sur votre expérience, vos aspirations et vos valeurs
- Préparer des projets pour l'avenir
- Trouver votre équilibre au quotidien.

A l'issue de ce stage, le participant sera capable de mieux vivre la fin de sa vie professionnelle et préparer sa retraite, faire le point sur son expérience, ses aspirations et ses valeurs, préparer des projets pour l'avenir, trouver son équilibre au quotidien.

■ **SE SITUER DANS UNE NOUVELLE PERSPECTIVE**

- Le départ à la retraite et la cessation de l'activité professionnelle
- La recherche d'un nouvel équilibre
- Le cycle de l'âge et ses trois naissances
- Trois clés pour aborder l'âge de la retraite

■ **ELABORER UN PROJET**

- Réflexions sur les activités passées, les acquis et les activités futures
- Questionnement sur ses motivations, ses valeurs et ses besoins

■ **ANTICIPER LE PASSAGE À LA RETRAITE**

- Choisir d'utiliser ses ressources en fonction d'un but nouveau
- Être acteur de ce temps retrouvé
- Trouver un équilibre entre temps personnel, temps familial et temps social
- Élargir ou approfondir le cercle de ses relations

■ **RESPECTER SON ÉQUILIBRE PHYSIOLOGIQUE**

- L'équilibre entre les activités intellectuelles et les activités physiques
- Les lois du sommeil : connaissance de votre cycle de sommeil
- Le tonus physique et intellectuel
- La mémoire

■ **TRANSMETTRE SES SAVOIRS ET SES COMPÉTENCES PAR LE TUTORAT OU LE COACHING (MODULE COMPLÉMENTAIRE D'UNE JOURNÉE)**

- Les seniors sont une richesse de l'entreprise (ils sont la mémoire qui contient les savoirs, les savoir-faire et les savoir-être)
- Transmettre ce que l'on sait donne du sens à l'action des femmes et des hommes qui ont contribué au fonctionnement et au développement de l'entreprise
- Transmettre des savoirs importants pour l'entreprise
- Réorienter son activité en fin de carrière

■ **DIMENSION FINANCIÈRE, PATRIMONIALE ET PRATIQUE (MODULE COMPLÉMENTAIRE D'UNE JOURNÉE) SUR DEMANDE**

■ **VIVRE SA RETRAITE EN PLEINE FORME (MODULE COMPLÉMENTAIRE D'UNE JOURNÉE) SUR DEMANDE**

■ **SYNTHÈSE DE LA SESSION**



DPSOI-EMOT

Gérer et utiliser ses émotions pour être plus efficace

A l'issue de ce stage, le participant sera capable d'approfondir la connaissance des émotions et leurs rôles dans les relations interpersonnelles, développer son ouverture émotionnelle, appliquer un programme personnalisé pour gérer ses émotions.

- **DURÉE :** 3 jours (21h)
- **TARIF :** Paris - 1650 € HT
Province - 1650 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 15/04 - 5/10 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Managers de proximité, agents de maîtrise ou techniciens, secrétaires et assistantes...
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Approfondir la connaissance des émotions et leurs rôles dans les relations interpersonnelles
 - Développer votre ouverture émotionnelle
 - Appliquer un programme personnalisé pour gérer vos émotions.

- **LES ASPECTS POSITIFS ET NÉGATIFS DU STRESS**
 - Les mécanismes psychophysiologiques du stress
 - Les trois phases du stress
 - Effets : stress aigu et stress chronique
- **MIEUX SE CONNAÎTRE PAR RAPPORT AUX ÉMOTIONS**
 - Faire le point pour soi à partir d'un autodiagnostic
 - Mesurer son quotient émotionnel
 - Repérer les risques et les effets d'une gestion inefficace des émotions
- **COMPRENDRE LE FONCTIONNEMENT DES ÉMOTIONS**
 - Les 6 émotions de base : du déclencheur aux comportements d'adaptation
 - Les mécanismes émotionnels principaux
 - L'impact sur les relations et sur la performance
- **DÉVELOPPER SA CONSCIENCE ÉMOTIONNELLE**
 - Sentir, explorer ses émotions
 - Identifier les dysfonctionnements émotionnels appris et les émotions plus appropriées
 - Exprimer et partager son ressenti émotionnel
 - Aider les autres à partager leur ressenti par une attitude d'empathie
- **GÉRER SES ÉMOTIONS**
 - Gérer les émotions difficiles pour soi avec des techniques de dissociation, de désensibilisation
 - Gérer les émotions d'arrière-plan en satisfaisant ses besoins
 - Gérer et dépasser les émotions liées aux relations tendues conflictuelles
 - Apprendre à lâcher prise et remettre son corps et son esprit au calme
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en œuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud



DPSOI-CONF

Estime et confiance en soi

A l'issue de ce stage, le participant sera capable de mieux se connaître, augmenter sa confiance en soi, s'affirmer, faire une juste évaluation de ses capacités, pour gagner en compétence

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 5/03 - 20/08 - 10/12 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne désireuse d'améliorer sa confiance en soi.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Mieux vous connaître
 - Augmenter votre confiance en vous
 - Vous affirmer
 - Faire une juste évaluation de vos capacités, pour gagner en compétence.

- **ESTIME ET CONFIANCE EN SOI : L'ESSENTIEL**
 - Estime de soi : définition
 - Que faire pour développer la confiance en soi ?
Les actions clés
 - L'interdépendance entre notre fonctionnement et notre environnement
 - L'acceptation de soi : les étapes
- **CAPACITÉS / COMPÉTENCES**
 - Qualités ou défauts ? Une question de point de vue, de moment, de lieu
 - A quoi nous servent nos comportements ?
- **LEVER NOS FREINS**
 - Les Croyances : limitantes ou ouvrantes
 - Prendre conscience de nos « messages contraignants »
 - Changer les messages contraignants par des Libertés
- **LES VALEURS**
 - Définition
 - La congruence : être en accord avec soi-même
 - La hiérarchie de valeurs et les moyens de les satisfaire
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en œuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud



DPSOI-ASS

Maîtrise et affirmation de soi : l'assertivité

A l'issue de ce stage, le participant sera capable de mieux se connaître, développer la confiance en soi et l'affirmation de soi, réagir efficacement dans une relation, faire face aux comportements négatifs des autres, traiter les désaccords, dire les choses avec diplomatie.

■ **DURÉE :** 3 jours (21h)

■ **TARIF :** Paris - 1650 € HT
Province - 1650 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 11/02 - 6/07 - 4/11 -

Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne désireuse de développer l'affirmation de soi dans sa communication.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Mieux vous connaître
- Développer la confiance en soi et l'affirmation de soi
- Réagir efficacement dans une relation
- Faire face aux comportements négatifs des autres
- Traiter les désaccords
- Dire les choses avec diplomatie.

■ FAIRE LE POINT SUR SON STYLE RELATIONNEL

- Mieux connaître son style relationnel
- Repérer les 3 comportements inefficaces : passivité, agressivité, manipulation
- Identifier les causes et les conséquences pour soi-même et pour les autres de ces comportements
- Renforcer son affirmation de soi
- Autodiagnostic : identifier ses comportements et ses propres freins à l'affirmation de soi
- Auto-analyse et débriefing collectif

■ RÉAGIR AUX COMPORTEMENTS PASSIFS, AGRESSIFS ET MANIPULATEURS

- Les 4 dragons de la passivité et les parades appropriées
- Faire face à l'agressivité par des techniques éprouvées
- Repérer et désamorcer les manipulations
- Partage de pratiques : échanges et retours d'expériences sur les différentes réactions spontanées non-assertives (tendance à la fuite, agressivité et manipulation)

■ SAVOIR FORMULER UNE CRITIQUE CONSTRUCTIVE

- Bien préparer la critique avec la méthode DESC
- S'entraîner à la formuler de façon positive
- Cas pratique : entraînement à l'utilisation de la méthode DESC

■ FAIRE FACE AUX CRITIQUES

- Voir la critique comme une information et pas comme une remise en cause
- Répondre sereinement aux critiques justifiées

- Gérer les reproches agressifs avec des techniques pertinentes et fiables
- Jeux de rôles et mises en situation : s'entraîner à formuler et recevoir des critiques de façon assertive

■ S'AFFIRMER TRANQUILLEMENT DANS UNE RELATION

- Oser demander
- Savoir dire non lorsque c'est nécessaire
- Développer son sens de la repartie
- Mises en situation : jeux de rôles autour du «non»

■ MUSCLER SA CONFIANCE EN SOI

- S'appuyer sur ses qualités et ses réussites pour prendre confiance en soi
- Positiver les difficultés
- Faire taire les petites voix négatives qui nous découragent
- Recharger ses batteries
- Cas pratique : s'entraîner à formuler ses propos de manière assertive
- Jeux de rôle : gérer et sortir de situations conflictuelles

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



DPSOI-PNL

Améliorez vos relations professionnelles grâce à la PNL

■ **DURÉE :** 3 jours (21h)

■ **TARIF :** Paris - 1950 € HT
Province - 1950 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 1/04 - 9/09 -

Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne désireuse d'améliorer ses compétences en communication et ses relations.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Mieux vous comprendre et mieux vous connaître
- Mieux comprendre les autres
- Adapter votre communication à votre objectif et à vos auditeurs
- Mieux gérer les conflits et situations délicates
- Développer la motivation
- Apporter du changement.

■ LES FONDAMENTAUX DE LA PNL

- Un peu d'histoire
- Définitions
- Les différents domaines d'application de la PNL

■ ACTEUR OU SPECTATEUR ?

- Les ressources
- La responsabilité
- Réactif ou Pro-actif ?

■ DÉFINIR DES OBJECTIFS ATTEIGNABLES

- Les conditions de bonnes formulations d'objectif
- Les valeurs en PNL
- Mise en application

■ CRÉER DE LA RESSOURCE

- Les différentes formes de reconnaissances et leurs conséquences
- Créer de la motivation

■ GESTION DES ÉMOTIONS

- Les états internes
- Les différents degrés dans ces états internes
- Leur faire de la place pour éviter qu'ils ne prennent toute la place

■ COMPRENDRE L'AUTRE

- Les niveaux logiques de BATESON
- Les croyances dans ces niveaux logiques
- Comprendre l'autre
- L'accompagner
- Mettre en place des ressources
- Créer un ancrage pour utiliser les ressources

■ AMÉLIORER SA COMMUNICATION

- Etablir une relation saine
- Utiliser l'écoute active
- Créer et entretenir la confiance
- Résoudre les conflits et désaccords

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DPSOI-AT

- **DURÉE :** 3 jours (21h)
- **TARIF :** Paris - 1950 € HT
Province - 1950 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 02/03 - 12/08 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne désireuse d'améliorer ses compétences en communication et ses relations.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Mieux se connaître
 - Améliorer ses relations
 - Mieux s'adapter
 - Développer un savoir-être différent au service de ses savoir-faire.

Améliorez vos relations professionnelles grâce à l'Analyse Transactionnelle

- **QUE SE PASSE-T-IL ET COMMENT ÇA SE PASSE DANS LES RELATIONS ?**
 - Comment établir des relations professionnelles ?
 - Les différents « états du Moi » de l'analyse transactionnelle
 - Qu'est-ce que les « transactions » ?
- **CRÉER DES RELATIONS DE TRAVAIL SAINES**
 - Développer la confiance et l'initiative des collaborateurs par le biais des émotions
 - Les différents signes de reconnaissance et leurs impacts
 - Les différentes formes de relations et leurs conséquences
- **LES PROBLÈMES RELATIONNELS**
 - Identifier les « pièges »
 - Clarifier les malentendus
 - Les conséquences des problèmes relationnels sur les individus
- **RELATIONS PROFESSIONNELLES**
 - Gérer les émotions et sentiments en contexte professionnel
 - L'affirmation de soi
 - Utiliser l'état du Moi adulte
 - Une voie vers l'autonomie
- **LE CONTRAT-RÉUSSITE**
 - Définir un objectif
 - Identifier les doutes et les freins
 - Se centrer sur l'objectif
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

DPSOI-DISC

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1300 € HT
Province - 1300 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 23/02 - 29/06 - 22/10 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne souhaitant exercer une fonction de management, de relations clients ou de vente.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Mieux se connaître dans ses forces et faiblesses
 - S'assouplir et se développer
 - Mieux reconnaître les autres pour mieux communiquer.

Arc-en-ciel DISC, mieux se connaître et mieux comprendre les autres

- **DÉCOUVERTE DE LA MÉTHODE ET DU PROFIL ARC-EN-CIEL**
 - Découverte du langage des couleurs
 - Identifier les différents comportements
 - Savoir déterminer une couleur dominante
 - Reconnaître les couleurs à travers le langage verbal et non-verbal
 - Approche théorique de la méthode
 - La théorie de Marston
 - La notion de préférences selon Jung
 - Les motivations de Spranger
 - Les traits de caractère dominants
 - Style naturel et style adapté
 - Graphes
 - Le comportement nuancé avec l'approche des motivations
 - Lecture d'un profil arc-en-ciel
 - Découverte de son profil et positionnement sur la roue
- **S'ASSOULPILIR ET SE DÉVELOPPER AVEC LA MÉTHODE ARC-EN-CIEL**
 - Savoir adapter sa communication
 - Communiquer avec les différents profils
 - S'adapter à chaque profil
 - Savoir coopérer et motiver
 - Tenir compte des motivations
 - Développer les messages actifs
 - Tenir compte des besoins de chacun
 - Changer de point de vue et de position de perception
 - Identifier ce qui ressource
 - Nourrir les motivations
 - Savoir gérer les relations tendues
 - Mieux gérer son stress
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Découverte de la méthode et du profil de chaque participant
 - Echanges entre participants favorisés pour mieux faire comprendre les différences de perception dans la communication
 - Débriefing personnalisé des profils

DPGT-MAP

Mind Mapping - Carte Mentale

A l'issue de ce stage, le participant sera capable d'utiliser l'outil mind-mapping (carte heuristique) pour améliorer son efficacité dans la prise de notes, la créativité, la communication et la gestion de leur temps.

■ **DURÉE :** 1 jour (7h)

■ **TARIF :** Paris - 595 € HT
Province - 595 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 19/01 - 9/07 - 21/12 -

Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite aucun prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne souhaitant améliorer ses capacités de mémorisation et d'organisation.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Utiliser l'outil Mind Mapping (carte heuristique) pour améliorer son efficacité dans la prise de notes, la créativité, la communication et la gestion de leur temps.

■ DÉCOUVRIR LA TECHNIQUE DU MIND MAPPING

- Historique
- Applications possibles
- Présentation de différentes cartes
- Présentation de la technique

■ APPLIQUER LE MIND MAPPING À LA PRISE DE NOTES

- Mise en commun des avantages de la méthode, des difficultés et des points de vigilance pour réussir
- Application à la mémorisation et la communication
- Entraînement

■ APPLIQUER LE MIND MAPPING À LA CRÉATIVITÉ ET À L'ANIMATION DE GROUPES

- Mise en commun des avantages de la méthode, des difficultés et des points de vigilance pour réussir
- Application pratiques
- Entraînement

■ APPLIQUER LE MIND MAPPING À L'ORGANISATION DE SON TRAVAIL

- Mise en commun des avantages de la méthode, des difficultés et des points de vigilance pour réussir
- Application pratiques
- Entraînement

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



DPGT-PRIO

Optimiser son temps et ses priorités

A l'issue de ce stage, le participant sera capable d'optimiser son organisation, privilégier les tâches essentielles de sa fonction, gérer les priorités et les imprévus, tirer le meilleur parti des outils, s'affirmer pour mieux s'organiser, gagner en sérénité et en performance par une meilleure prise en charge de son stress.

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 10/02 - 18/05 - 13/08 - 9/11 -

Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne souhaitant améliorer son efficacité professionnelle et cultiver ses capacités à mieux gérer son temps et ses priorités.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Optimiser votre organisation
- Privilégier les tâches essentielles de votre fonction
- Gérer les priorités et les imprévus
- Tirer le meilleur parti des outils
- Vous affirmer pour mieux vous organiser
- Gagner en sérénité et en performance par une meilleure prise en charge de votre stress.

■ MIEUX SE CONNAÎTRE FACE AU TEMPS

- Comprendre sa relation au temps
- Identifier ses voleurs de temps
- Identifier ses messages contraignants pour en réduire l'impact négatif
- Prendre de la hauteur sur soi et déterminer ses premiers axes de progrès

■ MIEUX S'ORGANISER

- Ne plus subir mais choisir : savoir prioriser et planifier
- Estimer les durées et prévoir une marge pour l'imprévu
- Gérer les interruptions et les sollicitations
- Se définir des objectifs mesurables
- Utiliser à bon escient la messagerie électronique et respecter la «netiquette»
- Identifier les bonnes pratiques

■ MIEUX S'AFFIRMER ET MIEUX COMMUNIQUER POUR GAGNER DU TEMPS ET DE L'EFFICACITÉ

- Utiliser l'écoute active (savoir questionner et reformuler)
- Utiliser l'approche quintilienne
- Savoir dire non et utiliser le DESC
- Développer une posture assertive

■ EVACUER LE STRESS ET RELATIVISER

- Comprendre les mécanismes du stress
- La double évaluation
- Identifier ses propres facteurs de stress
- Acquérir des outils pour faire face

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



DPGT-MES

Mieux s'organiser grâce à votre messagerie outlook

- **DURÉE :** 1 jour (7h)
- **TARIF :** Paris - 595 € HT
Province - 595 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 18/03 - 17/06 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Connaître les bases d'Outlook.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne travaillant avec la messagerie, souhaitant mettre à profit Outlook pour optimiser son temps.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Utiliser avec pertinence les courriels comme outil d'efficacité professionnelle
 - Optimiser votre lecture des courriels pour les classer rapidement
 - Développer votre esprit d'analyse lors de la lecture et de synthèse lors de l'écriture de courriers électroniques
 - Adapter le ton du courriel à votre interlocuteur
 - Organiser vos courriels et les stocker.

■ LES MODES DE COMMUNICATION

- Comparatif entre le courrier électronique et les autres modes de communication
- Les courriels : gain ou perte de temps ?
- Les différents usages du courrier électronique

■ LE TRAITEMENT DES VOLUMES IMPORTANTS DE MAIL

- S'entraîner à la lecture efficace de courriers électroniques
- Transformer un mail en tâche ou en rendez-vous
- Créer des dossiers d'actions, des dossiers de classement en fonction de ses objectifs et activités professionnels
- Filtrer et classer automatiquement ses mails
- Purger sa boîte mail

■ EXPLOITER LA FONCTION «TÂCHES» POUR ORGANISER SON TEMPS ET PRIORISER SES ACTIVITÉS

- Estimer le temps nécessaire à une activité et la planifier
- Définir des échéances et mettre en place des rappels
- Organiser ses tâches par contexte ou nature d'activité
- Transférer ses tâches dans l'agenda
- Déléguer une tâche et la suivre

■ L'ENVOI DE COURRIERS ÉLECTRONIQUES

- L'envoyer ou pas ? (le courrier électronique est-il le bon support ?)
- Connaître les règles de base de l'envoi de courriels (quand, à qui, comment, combien...)

- Envoyer un courrier pertinent (forme concise et synthétique)
- Adapter la forme du courrier électronique à son sujet
- Utiliser les règles de courtoisie

■ CHARTE DE BON USAGE DES COURRIERS ÉLECTRONIQUES DANS L'ENTREPRISE

■ SYNTHÈSE ET POINTS CLÉS



DPGT-MEM

Développer sa concentration et sa mémoire

A l'issue de ce stage, le participant sera capable d'identifier les mécanismes de la mémoire pour stimuler ses performances, mobiliser toute son énergie pour se concentrer rapidement en toute situation, appliquer les techniques de mémorisation pour plus d'efficacité et de sérénité dans son travail

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris 1100 € HT
Province 1100 € HT

■ **DATES** (de début de session) :

- 2/02 - 18/06 - 12/10 -

Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr

■ **PRÉ-REQUIS**

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ **PUBLIC CONCERNÉ**

Tout public.

■ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**

- Connaître les mécanismes de la mémoire pour stimuler vos performances
- Mobiliser toute son énergie pour se concentrer rapidement en toute situation
- Appliquer les techniques de mémorisation pour plus d'efficacité et de sérénité dans votre travail.

■ COMPRENDRE LE FONCTIONNEMENT DE LA MÉMOIRE POUR FACILITER LE TRAVAIL MNÉSIQUE

- Intégrer les différents types de mémoire pour mieux accéder à ses connaissances
- Mémoire et cerveau : comprendre les mécanismes physiologiques pour acquérir « une tête bien faite »
- Les styles cognitifs : s'appuyer sur ses sens pour développer ses capacités d'attention et de concentration
- Apprivoiser ses émotions et en faire des alliées de la mémoire
- Validation des acquis
 - Autodiagnostic : découvrir son profil cognitif pour en tirer parti grâce à l'auto évaluation subjective et un test QCM
 - Expérimentation et acquisition par la pratique, d'une technique mnémotique : le Mind Mapping

■ DYNAMISER SES CAPACITÉS DE MÉMORISATION ET DE CONCENTRATION

- Améliorer sa mémoire court terme et l'optimiser sur le long terme (grâce au système A.T.R)
- Attention et concentration : être « à ce que l'on fait » dans la phase d'accueil de l'information
- Procédés mnémotechniques, structuration et verbalisation de l'information : les clés d'un transfert réussi
- Courbe de l'oubli, courbe de réactivation : maîtriser les techniques de réactivation de l'information
- Validation des acquis
 - Exercice de concentration sensorielle : concentration visuelle et tactile sur un objet
 - Apprentissage des techniques de sophrologie pour apprendre à se concentrer et écarter les pensées parasites afin de restituer fidèlement les perceptions

■ HYGIÈNE DE VIE : LES ALLIÉS ET LES ENNEMIS DE LA MÉMOIRE

- Alimentation, sommeil, exercice physique : les carburants de la mémoire
- Les maladies de la mémoire : rassurer sur « la perte de mémoire » et sur la « mémoire qui flanche »
- Le stress, source d'interférence lors des phases d'acquisition et de réactivation
- Canaliser son énergie grâce aux « rythmes d'apprentissage »
- Savoir faire des pauses : respirations et relaxations express
- Validation des acquis
 - Réalisation d'un « tableau de bord » pour équilibrer sa journée de travail en fonction de ses rythmes biologiques et de travail

■ MÉMOIRE ET CONCENTRATION : TECHNIQUES D'ENTRAÎNEMENT POUR GAGNER EN CONFORT DANS SON ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL

- Améliorer ses relations interpersonnelles : retenir les visages, les noms...
- Intégrer rapidement nouvelles directives et nouvelles offres en mobilisant ses acquis
- Mémoriser l'écrit, l'oral
- Synthétiser un discours, innover : lecture active et mind-maps
- Identifier ses facteurs internes et externes de déconcentration professionnelle
- Se concentrer en open-space : les bonnes pratiques
- Validation des acquis
 - Entraînement et réalisation de mind maps pour synthétiser la formation
 - Perfectionnement au mind-mapping pour explorer ses nouvelles pistes d'efficacité professionnelles notamment en termes de mémorisation et de créativité

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



DPGT-CHGT

Savoir se positionner dans un contexte de changement

A l'issue de ce stage, le participant sera capable d'identifier un processus de changement dans un cadre stratégique et politique, se situer dans ce changement, mettre en évidence ses freins personnels, identifier ses points d'appui pour réussir le changement, définir un plan d'action et mettre en place le suivi de son projet

DURÉE :	2 jours (14h)
TARIF :	Paris - 1100 € HT Province - 1100 € HT
DATES (de début de session) :	- 27/04 - 4/09 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr	
PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
PUBLIC CONCERNÉ	Toute personne ayant à se positionner au travers d'un changement organisationnel ou personnel.
OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	<ul style="list-style-type: none"> - Identifier un processus de changement dans un cadre stratégique et politique - Vous situer dans ce changement - Mettre en évidence vos freins personnels - Identifier vos points d'appui pour réussir le changement - Définir un plan d'action et mettre en place le suivi de votre projet.

- **DIAGNOSTIQUER LES CAUSES DE RÉSISTANCE AU CHANGEMENT**
 - Pourquoi le changement dérange-t-il beaucoup de personnes ?
 - L'idée de peur
 - L'idée de perte
 - Les rôles mis en question dans un changement
- **IDENTIFIER LES CONDUITES DE RÉSISTANCE AU CHANGEMENT**
 - Apport sur les résistances au changement
 - Présentation des différentes stratégies pour accompagner ces changements
- **METTRE EN PLACE UN BILAN ORGANISATIONNEL ET UN PLAN D'ACTION POUR ACCOMPAGNER LE CHANGEMENT**
 - Élaboration par le groupe d'une grille de lecture de leur service pour mettre en évidence les freins au changement
 - Définition d'objectifs
 - Élaboration d'un plan d'action général
- **DÉFINIR DES OBJECTIFS PERSONNELS**
 - A partir des diagnostics réalisés la journée précédente
 - Identification d'indicateurs pertinents
- **FAIRE L'INVENTAIRE DE CES POINTS D'APPUI**
 - Ce que je perds dans le changement
 - Ce que je gagne dans le changement
 - Ma stratégie de réussite du changement
- **IDENTIFIER LES OUTILS À DIPOSITION POUR ACCOMPAGNER LE CHANGEMENT**
 - L'information
 - La communication
 - La motivation
 - La dynamique de groupe
 - Le cadre organisationnel
 - La formation
- **FORMALISER SON PLAN D'ACTION**
 - Élaboration d'un plan d'action individuel en fonction des objectifs de chacun
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud
 - mettre en place un bilan organisationnel et un plan d'action pour accompagner le changement*



DPCONF-PB

Savoir prévenir et résoudre les conflits

A l'issue de ce stage, en gérant vos émotions et en trouvant des solutions constructives, vous serez capable de faire face aux situations conflictuelles et stressantes.

DURÉE :	3 jours (21h)
TARIF :	Paris - 1650 € HT Province - 1650 € HT
DATES (de début de session) :	- 5/05 - 16/09 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr	
PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
PUBLIC CONCERNÉ	Toute personne amenée à gérer un conflit avec ses collègues, clients ou fournisseurs.
OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	<ul style="list-style-type: none"> - Repérer les signes avant-coureurs d'un conflit naissant - Prendre conscience de l'impact de votre comportement sur l'autre - Adapter votre communication pour prévenir les conflits - Impliquer votre interlocuteur dans la résolution de conflit - Mener une négociation de sortie de conflit acceptable par tous - Appliquer une méthode simple de résolution de conflits.

- **LES DIFFÉRENTS TYPES DE DÉSACCORDS**
 - Les indicateurs de conflits
 - Les conflits ouverts et fermés
 - Typologie des rapports de force
- **LA PSYCHOLOGIE DU CONFLIT**
 - L'instauration du conflit
 - Les facteurs du conflit, la peur, la force, l'équité
 - Le centre du conflit
 - La durée
- **LES CAUSES DE DÉSACCORDS PROFESSIONNELS**
 - Diversité des personnes, des modes de vie et des cultures
 - Conflits d'intérêts, de valeurs, de rôles...
 - Pression des échéances et des imprévus
 - Non-participation aux décisions
 - Abus de pouvoir
 - Manque de communication ou d'information
- **LES ATTITUDES FACE AUX CONFLITS**
 - Les comportements spontanés
 - Repérer ses préjugés et ses croyances
 - Gérer ses émotions
- **APPROCHE CONSTRUCTIVE DE RÉOLUTION DES CONFLITS**
 - La spirale de l'agressivité
 - Les comportements efficaces et inefficaces
 - La phrase préparatoire, le diagnostic, l'analyse des causes
 - La recherche des solutions, la phase des enjeux
 - Savoir sortir des situations de blocage
- Les compromis gagnant-gagnant
- Le contrat commun et l'après conflit
- **L'ARBITRAGE ET LA MÉDIATION**
 - Dépassement des rapports
 - Les six étapes de la médiation
 - Repérer les véritables sources de conflits
 - Mener une négociation entre deux parties
 - La solution finale et le suivi
- **LA PRÉVENTION DES CONFLITS**
 - Exprimer les désaccords
 - Clarifier
 - Traiter les revendications et gérer les tensions
 - Faire face aux tactiques et aux critiques
 - Travailler avec une personne difficile
 - Favoriser la cohésion dans une équipe
 - Savoir dire non
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud



DPCONF-AIK

Gestion des conflits avec la méthode Aïkido

DURÉE : 2 jours (14h)

TARIF : Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT

DATES (de début de session) :
- 7/04 - 15/10 -

Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr

PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne désireuse de mieux comprendre et de mieux gérer les situations conflictuelles, dans ou hors de l'entreprise.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Donner les moyens de comprendre, prévenir et gérer de manière respectueuse et constructive les situations conflictuelles
- Repérer les facteurs de conflits
- Distinguer les différents types de conflits : divergence de point de vue, problèmes relationnels, organisationnels
- Expérimenter des attitudes et des techniques permettant de gérer plus efficacement des situations vécues comme difficiles
- Développer l'affirmation de soi
- Développer vos capacités à trouver et mettre en oeuvre des solutions négociées aux conflits.

AÏKIDO

- Aïkido : «La connaissance n'est qu'une vague rumeur tant qu'elle n'a pas traversé les muscles», proverbe africain
- Exercices de concentration
- Exercices respiratoires
- Approche des fondamentaux de la discipline
- Travail du centre / de la posture
- Non opposition / accompagnement
- Adaptation aux différentes situations

APPORTS THÉORIQUES ET MISE EN SITUATION VERBALE

- Comprendre les conflits
 - Les différents types de conflits
 - Leur origine
 - Identifier les éléments du conflit
- Méthodologie de résolution de conflits
- L'agressivité
 - La comprendre
 - La gérer
- Celle de l'autre ou la sienne

SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DPCPT-TUT

Savoir exercer le rôle de tuteur dans son entreprise

A l'issue de ce stage, le participant sera capable de transmettre les savoirs essentiels, disposer d'une méthodologie d'apprentissage, bien se positionner en tant que tuteur, analyser ses propres compétences pour savoir les partager.

DURÉE : 2 jours (14h)

TARIF : Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT

DATES (de début de session) :
- 19/02 - 2/07 - 3/12 -

Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr

PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne en activité professionnelle possédant une expérience de 2 ans au moins dans une qualification en rapport avec l'objectif visé.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Acquérir une connaissance et une compétence générique sur les tâches et obligations du tuteur
- Mettre en oeuvre ces compétences afin d'accompagner au mieux le "tutoré"
- Définir la carte d'identité de la mission tutorale.

DÉFINITION DE LA FONCTION TUTORALE DANS L'ENTREPRISE

- Responsabilités et mission du tuteur
- Critères de choix et motivation

MISE EN PLACE DES CONDITIONS D'UN TUTORAT RÉUSSI

- Accueillir et intégrer le stagiaire, présenter l'entreprise
- Définition des règles du jeu et présentation du rôle du tuteur

IDENTIFICATION ET COMPRÉHENSION DES BESOINS DE L'APPRENANT

- Besoins individuels et motivation
- Faire la différence entre attentes et besoins

TRANSFERT DE SAVOIR-FAIRE

- Carte d'identité du métier
- Mise en place du programme de formation pratique dans l'entreprise
- Passer de la compétence à la transmission de compétence
- Construire une séquence de transmission

ACCOMPAGNEMENT DE L'ACQUISITION DE COMPÉTENCES

- Identifier les différentes formes de savoir
- Définir les objectifs pédagogiques
- Établir un parcours d'acquisition de compétences
- Construire un support de suivi et d'accompagnement de la « montée » en compétences et mettre en oeuvre ce support

EVALUATION DE L'APPRENANT

- Le rôle et l'utilité de l'évaluation : dédramatiser et

positiver

- Utiliser différentes formes d'évaluation en fonction des différentes formes de savoir et construire des supports d'évaluation

DIALOGUE AVEC L'ORGANISME DE FORMATION DU SALARIÉ

- Mise en place de temps d'échanges avec le centre de formation
- Suivi de la progression pédagogique du stagiaire

AUTO-ÉVALUATION DE LA PRESTATION DU TUTEUR

- Synthétiser les nouveaux savoirs et savoir-faire acquis
- Mettre en place un plan d'action et un suivi

L'APPRENTISSAGE : SYSTÈME ET ACTEURS

- Cadre juridique
- Éléments du droit du travail et connaissance des dispositions contractuelles
- Analyse du système « apprentissage » : les principaux acteurs, leur rôle et fonction

DE LA CONNAISSANCE DES MÉTIERS À LA FORMATION PAR LE TRAVAIL

- Les référentiels : métier, compétences, activités professionnelles...
- Analyse du travail et culture d'entreprise : la charte de l'entreprise

PROCESSUS DE PROFESSIONNALISATION, COMPÉTENCES ET QUALIFICATION

SYNTHÈSE DE LA SESSION



DPCPT-TSAV

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 30/03 - 27/07 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne en activité professionnelle et souhaitant apprendre à transférer ses savoirs pour accompagner son entreprise.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Permettre de transmettre les savoirs essentiels
 - Disposer d'une méthodologie d'apprentissage
 - Bien se positionner en tant que tuteur
 - Analyser ses propres compétences pour savoir les partager
 - Choisir les situations de travail les plus formatrices
 - Communiquer pour faciliter les apprentissages de terrain.

Transmettre ses savoirs

- **DÉFINITION DE LA FONCTION TUTORALE DANS L'ENTREPRISE**
 - Responsabilités et mission du tuteur
 - Critères de choix et motivation
- **MISE EN PLACE DES CONDITIONS D'UN TUTORAT RÉUSSI**
 - Accueillir et intégrer le stagiaire, présenter l'entreprise
 - Définition des règles du jeu et présentation du rôle du tuteur
- **IDENTIFICATION ET COMPRÉHENSION DES BESOINS DE L'APPRENANT**
 - Besoins individuels et motivation
 - Faire la différence entre attentes et besoins
- **TRANSFERT DE SAVOIR-FAIRE**
 - Carte d'identité du métier
 - Mise en place du programme de formation pratique dans l'entreprise
 - Passer de la compétence à la transmission de compétence
 - Construire une séquence de transmission
- **ACCOMPAGNEMENT DE L'ACQUISITION DE COMPÉTENCES**
 - Identifier les différentes formes de savoir
 - Définir les objectifs pédagogiques
 - Établir un parcours d'acquisition de compétences
 - Construire un support de suivi et d'accompagnement de la « montée » en compétences, mettre en oeuvre ce support
- **EVALUATION DE L'APPRENANT**
 - Le rôle et l'utilité de l'évaluation : dédramatiser et positiver
 - Utiliser différentes formes d'évaluation en fonction des différentes formes de savoir et construire des supports d'évaluation
- Que faire si le jeune ne prend pas ses responsabilités ?
- **DIALOGUER AVEC L'ORGANISME DE FORMATION DU SALARIÉ**
 - Mise en place de temps d'échanges avec le centre de formation
 - Suivi de la progression pédagogique du stagiaire
- **AUTO-ÉVALUATION DE LA PRESTATION DE TUTEUR**
 - Synthétiser les nouveaux savoirs et savoir-faire acquis
 - Mettre en place un plan d'action et un suivi
- **L'APPRENTISSAGE : SYSTÈME ET ACTEURS**
 - Cadre juridique
 - Éléments du droit du travail et connaissance des dispositions contractuelles
 - Analyse du système « apprentissage » : les principaux acteurs, leur rôle et fonction
 - Les acteurs opérationnels et les prescripteurs
- **DE LA CONNAISSANCE DES MÉTIERS À LA FORMATION PAR LE TRAVAIL**
 - Les référentiels : métiers, compétences, activités professionnelles...
 - Analyse du travail et culture d'entreprise : la charte de l'entreprise
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

DPCPT-GPEC

- **DURÉE :** 3 jours (21h)
- **TARIF :** Paris - 1785 € HT
Province - 1785 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 4/05 - 12/10 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
DRH et responsables des RH, chefs de projets GPEC, responsables de la mobilité ou de la formation.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Acquérir une méthode pour mener un projet GPEC
 - Se doter d'un savoir-faire pour bâtir des cartes métiers et un référentiel de compétences
 - Mettre en place des plans d'action RH pour réduire l'écart de compétences.

La gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC)

- **POSITIONNER LA GPEC DANS LA GRH**
 - Anticiper les évolutions majeures
 - Analyser les facteurs d'évolution de l'entreprise
 - Identifier l'impact des changements sur les emplois et définir les emplois sensibles
 - Situer la GPEC dans la stratégie de l'entreprise
- **UTILISER LES OUTILS DE LA GPEC**
 - Identifier l'impact des changements sur les emplois et définir les emplois sensibles
 - Situer la GPEC dans la stratégie de l'entreprise
 - Savoir construire un référentiel des emplois
 - Choisir l'approche de la compétence la plus adaptée
 - Définir les compétences individuelles, collectives, stratégiques, macro compétences, cognitives...
- **ÉLABORER UN RÉPERTOIRE DES COMPÉTENCES**
- **CONNAÎTRE LES RESSOURCES ET LES COMPÉTENCES DE L'ENTREPRISE**
 - Utiliser une approche quantitative pour connaître la structure actuelle des emplois et les évolutions en nombre
 - Connaître et choisir les outils d'analyse qualitative des compétences
 - Appréciation de la performance compétence
 - Potentiel
- **METTRE EN PLACE UNE VÉRITABLE POLITIQUE DE GRH EN UTILISANT LA DÉMARCHES COMPÉTENCES**
 - Faciliter les recrutements en s'appuyant sur les référentiels compétences
 - Connecter le plan de formation à la stratégie de l'entreprise
- Passer de la formation à l'ingénierie des compétences
- Mettre en place un dispositif de mobilité en utilisant les aires de mobilité
- **COMMUNIQUER POUR GARANTIR LE SUCCÈS DE LA DÉMARCHE**
 - Présenter et vendre le plan d'action en adaptant le message aux acteurs (DG, managers, syndicats)
 - Faire de l'encadrement le premier acteur en matière de compétences
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

DROIT DU TRAVAIL ET RELATIONS SOCIALES

Appréhender, gérer et fluidifier les relations sociales.

Les experts M2i vous donnent les clés d'une approche globale, actualisée et opérationnelle du droit social et des relations de travail dans l'entreprise.

Dans toutes vos pratiques RH, vous devez maîtriser ces fondamentaux mais également intégrer les dernières législations et jurisprudences du droit social. M2i vous accompagne dans les enjeux liés au dialogue social dans l'entreprise et vous permet d'intégrer les bons réflexes pour une gestion efficace du personnel. Ainsi, vous sécurisez vos pratiques et évitez les risques de contentieux dans vos relations individuelles et collectives de travail.

Qualité, santé, sécurité des environnements de travail, fonctionnement des élections professionnelles et des CHSCT sont autant d'enjeux pour lesquels vous trouverez une réponse méthodologie à travers les formations M2i ci-dessous.

Nos experts



JEAN MARC

Consultant, après avoir passé vingt ans à des postes de direction dans le secteur des produits manufacturés industriels et alimentaires, ainsi que du tertiaire, cet ingénieur s'est tourné vers l'audit et la formation professionnelle continue.

Spécialisé dans la santé et la sécurité au travail, l'environnement et la sécurité alimentaire, la moitié de son temps de travail est consacré à l'audit afin de rester « collé » au terrain et ainsi optimiser ses expériences pour les mettre enfin au service des transferts de savoir-faire qu'il opère lors de sessions de formations.

Le contenu de ses formations hautement professionnelles lui permet d'être habilité par la DIRECCTE pour l'Intervention en Prévention des Risques Professionnels [IPRP]



LAËTITIA

Passionnée par les organisations, Laëtitia est consultante et formatrice depuis 15 ans en Santé et Sécurité au travail dans les secteurs privé et public :

- L'Industrie : PME et TPE
- Le secteur Médico-social : Services de Santé au Travail, Hôpitaux, EHPAD
- Les Fonctions Publiques d'Etat, Hospitalière et Territoriale
- Le secteur Tertiaire

Elle intègre la gestion des risques au cœur de des organisations afin de contribuer à la performance et à la pérennité des établissements.

Forte de son expérience d'Ingénieur Sécurité dans l'Industrie et en Service de Santé au Travail, elle est reconnue aujourd'hui pour ses compétences, son expertise et son approche pragmatique. »

Enregistrée IPRP (Intervenante en Prévention des Risques Professionnels), elle est reconnue pour ses compétences et son expertise.

FORMATION DES ÉLUS

p. 113

Président du CHSCT.....	p. 113
Renouvellement membres CHSCT [Loi du 01/03/2008]	p. 113
Nouveaux membres CHSCT / - 300 salariés [Loi du 01/03/2008]	p. 114
Nouveaux membres CHSCT / + 300 salariés [Loi du 01/03/2008].....	p. 114
Attributions et fonctionnement du Comité d'Entreprise.....	p. 115



QUALITÉ, SANTÉ, SÉCURITÉ ET ENVIRONNEMENT

p. 115

Responsable Santé sécurité [Loi du 02/07/2012].....	p. 115
Analyse des AT/MP par l'arbre des causes.....	p. 116
Document unique et plan de prévention [Loi du 05/11/2001]	p. 116
Management de la sécurité Norme OHSAS18001	p. 117
Gestes et postures au travail [administratif et productif] [Loi du 09/11/2010].....	p. 117
Gestes et postures en milieu hospitalier et médicalisé [Loi du 31/12/1991].....	p. 118
Ergonomie des postes de travail	p. 118
Plan de maîtrise sanitaire [HACCP] [Loi du 29/09/1997]	p. 119
Responsable Hygiène et sécurité alimentaire [loi du 01/10/2012].....	p. 120
Management environnemental Norme Iso 14001.....	p. 121

DT-CHST

Président du CHSCT

A l'issue de ce stage, vous aurez cerné votre rôle de président dans la réalisation des missions du CHSCT afin de mettre en place une politique de prévention.

- **DURÉE :** 1 jour (7h)
- **TARIF :** Paris - 650 € HT
Province - 650 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 28/01 - 15/05 - 21/10 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne devant assumer le rôle de Président d'un CHSCT par délégation ou en direct.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Maîtriser le rôle, le fonctionnement et les moyens dont dispose le CHSCT et son président
 - Repérer et évaluer les dysfonctionnements dans l'entreprise
 - Définir une politique de prévention.

- **RÔLE DU CHSCT EN MATIÈRE DE PRÉVENTION**
 - Quand intervient-il ?
 - Missions permanentes et occasionnelles
- **LES MOYENS DONT DISPOSE LE CHSCT**
 - Informations, rapports, enquêtes
 - Recours aux experts, moyens matériels
- **LES RÉUNIONS DU CHSCT**
 - Convocation, ordre du jour, périodicité, délibérations
- **LES RAPPORTS AVEC LE CHSCT**
 - Avec le CE et les DP
 - Avec l'Inspection du travail, le service de prévention des CARSAT, le médecin du travail
- **LA DYNAMIQUE DE PRÉVENTION**
 - Les principes généraux de la prévention
 - Les relations CHSCT, direction, encadrement, salariés
 - La dualité sécurité / production
- **LE RÔLE DU PRÉSIDENT**
 - Représentation en matière de sécurité et logique de prévention
 - Besoins d'analyse et recensement des sources de danger
 - Traitement et interprétation recueillies
- **LA RÉGLEMENTATION**
 - Le délit d'entrave
 - Le droit d'alerte et de retrait des salariés

- **L'APPROCHE SYSTÉMATIQUE DES RISQUES**
 - Les limites des approches essentiellement physiologiques de la sécurité
 - Les apports possibles de l'ergonomie
 - La relation homme / matériel, procédures environnement
 - L'organisation du travail
 - Les outils de l'analyse



DT-RCHST

Renouvellement membres CHSCT [Loi du 01/03/2008]

- **DURÉE :** 1 jour (7h)
- **TARIF :** Paris - 650 € HT
Province - 650 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 28/01 - 15/05 - 21/10 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne ayant un lien avec le CHSCT.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Connaître les enjeux d'un CHSCT
 - Reformaliser les responsabilités civiles et pénales
 - Connaître les derniers textes réglementaires
 - Gérer le fonctionnement du document unique et plan de prévention avec le calcul des criticités.

- **LE CONTEXTE**
 - La responsabilité civile et pénale
 - Les principes de la prévention
 - Les obligations d'évaluation des risques
- **LE CHSCT**
 - Le rôle du CHSCT
 - La fiche individuelle
 - Le document unique
 - Le plan de prévention
- **LES RISQUES**
 - Les outils pour le calcul de la criticité des risques
 - La réglementation
- **LE MANAGEMENT**
 - Les réunions, ordre du jour et procès-verbal
- **QUESTIONS DIVERSES**

DT-CHSTM3

- **DURÉE :** 3 jours (21h)
- **TARIF :** Paris - 1785 € HT
Province - 1785 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 25/02 - 24/06 - 23/11 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Nouveaux membres du CHSCT élus dans une entreprise de moins de 300 salariés. Le Président est au moins présent pour la dernière demi-journée de la session.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Appréhender le fonctionnement et les rôles d'un CHSCT
 - Maîtriser la détection des risques et savoir calculer une criticité
 - Savoir établir un plan de prévention, le document unique et la feuille individuelle
 - Savoir exercer le droit à l'information et à la consultation du CHSCT.

Nouveaux membres CHSCT / - 300 salariés [Loi du 01/03/2008]

- **L'ENVIRONNEMENT DU CHSCT**
 - Les différents organes dans l'établissement
 - Les acteurs internes de la prévention
 - Les acteurs externes de la prévention
 - La responsabilité civile et pénale
 - Les obligations d'évaluation des risques
- **LE CHSCT**
 - Les principes de la prévention
 - Le rôle du CHSCT
 - La composition du CHSCT
 - Les moyens du CHSCT
 - La fiche individuelle
 - Le document unique
 - Le plan de prévention
 - Le droit d'alerte et de retrait
- **LES RISQUES**
 - Les accidents du travail
 - Les maladies professionnelles
 - L'étude d'un poste de travail
 - Déplacements aux postes et infrastructures avec les élus
 - La criticité des risques
 - Les risques
 - Bruit
 - TMS
 - Vibrations
 - Amiante
 - Produits chimiques
 - Chutes
 - Activités physiques
 - Électricité
 - Incendie
 - Stockage
 - Circulation
 - Risques routiers
 - Risques psychosociaux
- **L'ORGANISATION**
 - Les réunions : organisation, ODJ et PV
 - Savoir prendre la parole et préparer ses messages
- **MÉMOIRE**
 - Débat et questions / réponses

DT-CHSTP3

- **DURÉE :** 5 jours (35h)
- **TARIF :** Paris - 2975 € HT
Province - 2975 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 18/05 - 7/12 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Nouveaux membres du CHSCT élus dans une entreprise de plus de 300 salariés. Le Président est au moins présent pour la dernière demi-journée de la session.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Appréhender le fonctionnement et les rôles d'un CHSCT
 - Maîtriser la détection des risques et savoir calculer une criticité
 - Savoir établir un plan de prévention, le document unique et la feuille individuelle
 - Savoir exercer le droit à l'information et à la consultation du CHSCT.

Nouveaux membres CHSCT / + 300 salariés [Loi du 01/03/2008]

- **LE CONTEXTE**
 - Les différents organes dans l'établissement
 - Les instances représentatives
 - La responsabilité civile et pénale
 - Les principes de la prévention
 - Les obligations d'évaluation des risques
- **LE CHSCT**
 - Le rôle du CHSCT
 - La composition du CHSCT
 - Les moyens du CHSCT
 - La fiche individuelle
 - Le document unique
 - Le plan de prévention
 - Le droit d'alerte et de retrait
- **LES RISQUES**
 - Identification des facteurs de risques
 - Postes de travail
 - Structure
 - Infrastructure
 - Lieux d'hygiène
 - Alimentaires
 - Les outils pour le calcul de la criticité des risques et calcul de criticité
 - Les risques
 - Bruit
 - TMS
 - Vibrations
 - Amiante
 - Produits chimiques
 - Chutes
 - Activités physiques
 - Electricité
 - Incendie
 - Stockage
 - Circulation
 - Risques routiers
 - Risques psychosociaux
- Les risques (étiquetage et signalétique)
- La réglementation
- Le coût des risques
- **LE MANAGEMENT**
 - Le management de la sécurité et de la santé
 - Les fondamentaux du management
 - Faire appliquer une décision
 - Les réunions, ordre du jour et procès-verbal
- **QUESTIONS DIVERSES**
 - Débat et questions / réponses
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

DT-CE

Attributions et fonctionnement du Comité d'Entreprise

- **DURÉE :** 3 jours (21h)
- **TARIF :** Paris - 1785 € HT
Province - 1785 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 12/01 - 4/05 - 12/10 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Membres des CE, personnes chargées des relations avec les CE.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Distinguer le CE des autres institutions représentatives du personnel
 - Comprendre les attributions du CE pour un réel dialogue social
 - Connaître les droits et les devoirs de chacun
 - Maîtriser le fonctionnement du CE.

■ RÔLE DES INSTITUTIONS REPRÉSENTATIVES DU PERSONNEL : ORIGINALITÉ DU CE

- Distinction entre élection et désignation
- Le CE : des attributions économiques, professionnelles et sociales étendues
- Les délégués du personnel
 - Droits des salariés
 - Porte-paroles de leurs réclamations
- Les délégués syndicaux
 - Négociation des accords d'entreprises
 - Revendications
- Le CHSCT
 - La sécurité et la santé des salariés
 - La prévention des risques

■ ATTRIBUTIONS DU CE : UNE INFORMATION PERMANENTE SUR LA VIE DE L'ENTREPRISE

- Distinguer l'information et la consultation
- Distinguer la consultation et la négociation
- Les informations périodiques
 - Représentation auprès du Conseil d'Administration
 - Modification juridique de l'entreprise
 - Conditions de travail et de rémunération
 - Evènements affectant le volume ou la structure des effectifs
 - Formation professionnelle
- Les activités sociales et culturelles
- Le budget des activités sociales et culturelles, les prestations et les bénéficiaires
- La personnalité civile du Comité
- Les commissions
- Le devoir de confidentialité

■ LA PROTECTION DES MEMBRES DU CE : LE COROLLAIRE DE SES ATTRIBUTIONS

- Le délit d'entrave
- La discrimination
- La modification des conditions de travail
- Le renouvellement de contrat à durée déterminée
- Le transfert partiel d'entreprise
- Le licenciement

■ LES RÉUNIONS DU CE : UN INTERLOCUTEUR RÉGULIER

- Les différentes réunions et périodicité
- Les participants aux réunions
- Convocation, établissement de l'ordre du jour, délais
- Déroulement des réunions
- Le vote
- Les procès-verbaux

■ LES MOYENS DU CE

- Les heures de délégation
 - Heures normales
 - Circonstances exceptionnelles
 - Utilisation et paiement
- Liberté de circulation
- Le budget de fonctionnement
- Recours aux experts
- Droit à une formation spécifique
- Local, affichage

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DT-RSEC

Responsable Santé sécurité [Loi du 02/07/2012]

- **DURÉE :** 3 jours (21h)
- **TARIF :** Paris - 1785 € HT
Province - 1785 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 25/03 - 27/07 - 2/12 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Responsables Santé Sécurité, président du CHSCT.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Appréhender le fonctionnement et les rôles du responsable sécurité
 - Maîtriser la détection des risques et savoir calculer une criticité
 - Savoir établir un plan de prévention, le document unique et la feuille individuelle
 - Savoir exercer le droit à l'information et à la consultation.

■ LE CONTEXTE

- La responsabilité civile et pénale
- La délégation de pouvoir (Président du CHSCT)
- Les acteurs internes et externes de la prévention
- Les principes de la prévention
- Les obligations d'évaluation des risques

■ LE RESPONSABLE SANTÉ SÉCURITÉ

- Le rôle du responsable Santé Sécurité
- Les moyens
- La fiche individuelle
- Le document unique
- Le plan de prévention
- Le droit d'alerte et de retrait

■ LES RISQUES

- Les accidents du travail : l'enquête
- Les accidents du travail : l'arbre des causes
- Les maladies professionnelles
- L'étude d'un poste de travail
- Les outils pour le calcul de la criticité des risques (cotation)
- Les risques
 - Bruit
 - TMS
 - Vibrations
 - Amiante
 - Produits chimiques
 - Chutes
 - Activités physiques
 - Électricité
 - Incendie
 - Stockage
 - Circulation
 - Risques routiers
 - Risques psychosociaux
 - Les nouveaux risques

- L'analyse des risques
- Les risques (étiquetage et signalétique)
- La réglementation
- Le coût des risques

■ LE MANAGEMENT

- Le management de la sécurité et de la santé (normes et pratiques)
- Les fondamentaux du management
- L'animation du plan de prévention
- Les réunions, ordre du jour et procès-verbal

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DT-ATMP

Analyse des AT/MP par l'arbre des causes

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 6/05 - 15/10 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Acteurs de la prévention.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Connaître les méthodes d'investigation pour recueillir des faits objectifs
 - Analyser les accidents et les incidents avec la méthode de l'arbre des causes
 - Proposer les mesures correctives nécessaires.

■ POURQUOI ÉTUDIER LES ACCIDENTS ?

- Le coût des risques
- L'enjeu humain

■ UNE DÉMARCHE DESCRIPTIVE

- L'enquête
- Le recueil des faits
- L'objectif

■ UNE DÉMARCHE D'ANALYSE

- Sélectionner les faits
- Définir des relations
- Distinguer causes et conditions

■ CONSTRUIRE UN « ARBRE DES CAUSES »

- Restitution des travaux de groupe

■ IDENTIFIER LES CIBLES DE PRÉVENTION

- Q.C.M.
- Présenter des propositions critérisées
- Les enjeux par l'opérateur de l'analyse des A.T
- Les enjeux de l'entreprise de l'analyse des A.T

■ L'IDENTIFICATION DES RISQUES

- Bruit
- TMS
- Vibrations
- Amiante
- Produits chimiques
- Chutes
- Activités physiques
- Électricité

■ L'IDENTIFICATION DES RISQUES

- Incendie
- Stockage
- Circulation
- Risques routiers
- Risques psychosociaux
- Gestes et postures

■ LES RISQUES

- Les accidents du travail et l'enquête accident
- Les maladies professionnelles
- L'étude d'un poste de travail et notion d'ergonomie de postes
- Déplacements aux postes et infrastructures
- La criticité des risques

DT-PREV

Document unique et plan de prévention [Loi du 05/11/2001]

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 7/04 - 17/09 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Intervenants en prévention.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Comprendre la démarche de détection des risques
 - Savoir établir un plan de prévention et un document unique (DU)
 - Savoir établir une cotation des risques.

■ LE CONTEXTE

- Les principes de prévention
- Les acteurs internes de la prévention
- Les acteurs externes de la prévention
- La responsabilité civile et pénale
- Les obligations d'évaluation des risques

■ LES RISQUES

- Les accidents du travail et l'enquête accident (arbre des causes)
- Les maladies professionnelles
- L'étude d'un poste de travail et notion d'ergonomie de postes
- Déplacements aux postes et infrastructures avec les élus
- La criticité des risques

■ L'IDENTIFICATION DES RISQUES

- Bruit
- TMS
- Vibrations
- Amiante
- Produits chimiques
- Chutes
- Activités physiques
- Électricité
- Incendie
- Stockage
- Circulation
- Risques routiers
- Risques psychosociaux
- Gestes et postures

■ LE PLAN DE PRÉVENTION ET LE DOCUMENT UNIQUE

- Etablir le document unique suivant les risques détectés et leur criticité
- Mettre à jour le document unique
- Etablir un plan de prévention en fonction des révélations du document unique

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DT-18001

Management de la sécurité Norme OHSAS 18001

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 23/02 - 22/06 - 8/10 -

Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Responsables de système de management "Santé Sécurité au Travail" nouvellement nommés, responsables opérationnels devant se garantir de la santé et de la sécurité au travail.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Comprendre les exigences du référentiel OHSAS 18001 et ses finalités
- Identifier les actions à mettre en oeuvre pour y répondre
- Préparer la certification ou la démarche OHSAS 18001 de l'établissement.

■ QUELQUES RAPPELS FONDAMENTAUX

- Les obligations légales
- La terminologie
- Définition des concepts clés en Santé Sécurité

■ LE SYSTÈME DE MANAGEMENT DE LA SANTÉ SÉCURITÉ : IDENTIFIER LES ÉLÉMENTS CLÉS

- La spécification OHSAS 18001 : enjeux, principes, finalités...
- Principales similitudes et différences avec l'OHSAS 18001 et ILO-OSH
- La politique Santé et Sécurité : point de départ de la démarche

■ LA PLANIFICATION ET L'AMÉLIORATION : ÉVALUER LES RISQUES ET DÉFINIR SON PLAN D' ACTIONS

- Planification de l'identification des dangers et des risques
- Exigences légales et autres exigences à prendre en compte
- Définir les objectifs de progrès
- Formaliser son programme de management Santé et Sécurité

■ MISE EN OEUVRE ET FONCTIONNEMENT : METTRE EN OEUVRE LE PROGRAMME DANS LE MANAGEMENT AU QUOTIDIEN

- Définir la structure et les responsabilités
- Assurer la formation, la sensibilisation et les compétences
- Consulter et communiquer en interne
- Assurer la maîtrise opérationnelle au poste de travail
- Mettre en place et gérer un système documentaire : maîtrise des documents et des données
- S'organiser pour répondre à une situation d'urgence

■ VÉRIFICATION, ACTION CORRECTIVE ET REVUE DE DIRECTION : SURVEILLANCE ET AMÉLIORATION CONTINUE

- Mesure et surveillance des performances : créer son tableau de bord
- Traiter les accidents, incidents, non-conformités et déclencher des actions correctives et préventives
- Valider et progresser par l'audit interne
- Valider et s'améliorer par la revue de direction

■ LA CERTIFICATION OHSAS 18001 : LA DÉMARCHÉ

- Les points clés de la préparation
- L'OHSAS 18001 : un outil à sa main
- Établir son plan d'actions

DT-POST

Gestes et postures au travail [administratif et productif] [Loi du 09/11/2010]

■ **DURÉE :** 1 jour (7h)

■ **TARIF :** Paris - 650 € HT
Province - 650 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 7/01 - 20/05 - 16/09 -

Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Tout public.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Sensibiliser le personnel aux risques encourus lors de gestes et postures inadéquates dans le cadre du travail
- Maîtriser les gestes et postures conformes à l'environnement de son poste de travail pour atténuer la fatigue et réduire la fréquence des accidents.

■ SENSIBILISATION

- Échanges d'expériences personnelles
- La notion de la santé et de la sécurité au travail
- En rapport avec les problèmes des différents postes de travail (administratifs, commerciaux, de production, de logistique)
- Éclairage sur la notion d'ergonomie
- Information / sensibilisation sur les risques physiques
- Le facteur rachi algique
- Les facteurs de TMS
- Le facteur musculaire
- Le processus de vieillissement du disque intervertébral
- Le canal carpien

■ GESTES ET POSTURES

- Démonstration de gestes et postes suivant les postes de travail
- Principes d'économie d'effort
- Entraînement aux gestes et postures types
- Proposition d'actions correctives en ergonomie de postes de travail
- Les gestes à éviter
- Questions fondamentales à se poser avant toutes manutentions et déplacements
- Facteurs élémentaires à retenir pour toutes manutentions : notions de prises, d'appuis et d'élan
- Apprentissage du port des charges courantes
- Évaluation et critique constructive du groupe d'observateurs

■ MANIPULATION

- Mise en situation des participants avec manipulation de certaines parties du corps humain

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Les EPI - EPC adaptés aux gestes et postures
- Révision de l'ensemble des techniques
- Chaque participant passe en revue les techniques transférées durant le stage
- Bilan oral et évaluation à chaud

DT-POSTH

- **DURÉE :** 1 jour (7h)
- **TARIF :** Paris - 650 € HT
Province - 650 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 23/03 - 1/07 - 17/12 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne aidant d'autres personnes à mobilité réduite (pour ce cours, minimum 3 personnes et maximum 10 personnes).
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Répondre aux besoins des personnes aidées de manière individualisée, maintenir leurs capacités
 - Prévenir les risques dorsolombaires et les TMS par une utilisation des procédures de manutention et du matériel de suppléance
 - Connaître et savoir utiliser les techniques de base de manutention
 - D'améliorer le confort et la sécurité des personnes au domicile.

Gestes et postures en milieu hospitalier et médicalisé [Loi du 31/12/1991]

- **MIEUX CONNAÎTRE LA PERSONNE AIDÉE ET SES CAPACITÉS**
 - Notions d'autonomie, de dépendance et de handicap
 - Le vieillissement physique, organique et psychologique
 - Les pathologies invalidantes
- **CONNAÎTRE SON CORPS ET SES LIMITES DE CAPACITÉS**
 - Anatomie et physiologie de la colonne vertébrale
 - Facteurs influençant l'état de santé de la colonne vertébrale
 - Principes de base de la sécurité physique
 - Principes d'économie d'effort
 - Conseils d'hygiène de vie
 - Les gestes d'aide à la manutention
 - Le matériel de suppléance
 - L'intérêt double du maintien de l'autonomie de la personne âgée
- **APPLICATIONS PRATIQUES**
 - Les rehaussements au lit et au fauteuil
 - La marche
 - Les transferts
 - Les levers et les couchers
 - Les déplacements verticaux / horizontaux...

DT-ERGO

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 15/01 - 27/04 - 9/07 - 12/11 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne concernée par l'aménagement des postes de travail, qu'elles soient préventrices ou conceptrices.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Identifier les défaillances de l'ergonomie d'un poste de travail et de son îlot de production
 - Identifier le process de fabrication pour envisager une automatisation de certaines opérations avec maintien du savoir-faire "homme".

Ergonomie des postes de travail

- **IDENTIFIER L'ERGONOMIE D'UN POSTE DE TRAVAIL ET SON PROCESS (GAMME OPÉRATOIRE)**
 - La posture au travail, alternance
 - Le dimensionnement du poste de travail
 - Le bruit
 - L'éclairage
 - La ventilation, la climatisation, le chauffage
 - L'électricité
 - La signalisation, la signalétique, les couleurs
 - La manutention et le levage
 - L'état de santé
 - La condition physique
 - Les dépendances occasionnelles
 - Les habitudes
 - L'approvisionnement au poste
 - Le mobilier
 - Le matériel et les outils utilisés
 - Le jalonnement de tâches avec d'autres postes de travail
 - L'enchaînement opératoire
 - Accès et circulation au poste et dans l'îlot
 - Contraintes de temps / la productivité
 - Nuisances chimiques
 - Cadence et répétitivité des gestes
 - Les interfaces homme / machine
 - La pénibilité au travail
 - Les facteurs de risques au travail
 - La direction des regards
 - Les informations de production d'entrée / de sortie
- **SYNTHÈSES DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

DT-HACCP

Plan de maîtrise sanitaire [HACCP] [Loi du 29/09/1997]

■ **DURÉE :** 3 jours (21h)

■ **TARIF :** Paris - 1785 € HT
Province - 1785 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 16/03 - 23/09 -

Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne travaillant dans le secteur de l'agroalimentaire et de la restauration et ayant des fonctions de production, fabrication, transformation, distribution.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Apporter les outils et méthodes HACCP qui définissent, évaluent et maîtrisent les dangers microbiologiques (chimiques et physiques) et qui menacent la salubrité et la sécurité des aliments.

■ CONFORMÉMENT

■ L'HYGIÈNE ET LA SÉCURITÉ ALIMENTAIRE AU SEIN DE L'ENTREPRISE

- Locaux
- Equipements
- Alimentation en eau
- Personnel

■ LA RÉGLEMENTATION EN VIGUEUR

■ LES FACTEURS À RISQUES ALIMENTAIRES

- Les transports de denrées
- Les températures de conservation
- La gestion des déchets
- Le diagramme en situation de production (production, transformation, distribution)
- Lister les dangers potentiels associés à chacune des étapes

■ CONDUIRE UNE ANALYSE DES RISQUES ET DES DANGERS

- Calculer la criticité de chaque risque et danger suivant les cotations
- Établir une échelle des risques
- Suivant l'échelle des risques, rédiger les mesures de préventions nécessaires
- Déterminer les points de contrôle
- Établir les seuils critiques pour chaque point de contrôle
- Analyse des fiches de bonnes pratiques en vigueur

■ APPLIQUER DES PROCÉDURES DE VÉRIFICATION ET GÉRER LES NON-CONFORMITÉS

■ ANIMER SON ÉQUIPE HACCP ET RÉDIGER LES PROTOCOLES DE SUIVI DES CONSIGNES

■ SYNTHÈSES DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

Les Matinales de M2i Formation

Dans le cadre de notre mission d'information et d'appui aux entreprises, M2i Formation conçoit et propose des Matinales, cycle de conférence à thème.

Animé par l'un de nos experts, nos matinales permettent aux participants d'avoir une vue d'ensemble et de projection en rapport aux thèmes abordés.

Volontairement dans un format court, une matinée, ces conférences allient apports théoriques et échanges d'expériences pratiques.

Toutes nos matinales sont précédées d'un accueil café et suivies d'un temps de débats entre intervenants et participants.

Consultez notre site internet www.m2iformation.fr pour connaître votre programmation régionale.

DT-SANI

Responsable Hygiène et sécurité alimentaire [Loi du 01/10/2012]

DURÉE :	2 jours (14h)
TARIF :	Paris - 1190 € HT Province - 1190 € HT
DATES (de début de session) :	- 13/04 - 21/09 - Toutes nos dates sur www.m2information.fr
PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
PUBLIC CONCERNÉ	Toute personne de la restauration.
OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	- Acquérir les capacités nécessaires pour organiser et gérer les activités dans des conditions d'hygiène conformes - Maîtriser les risques alimentaires - Connaître le plan de maîtrise sanitaire.

LES CAPACITÉS

- Identifier et répartir les responsabilités des opérateurs
- Connaître les obligations de résultat (quelques obligations de moyen)
- Connaître la nécessité des auto-contrôles et de leur organisation
- Repérer et raisonner les risques physiques, chimiques et biologiques
- Raisonner les toxi-infections alimentaires et les risques d'altération microbienne
- Connaître les risques de communication négative, de médiatisation et de perte de clientèle
- Utiliser le guide de bonnes pratiques d'hygiène (GBPH) du secteur d'activité
- Organiser la production et le stockage des aliments dans les conditions d'hygiène voulues
- Mettre en place les mesures nécessaires de prévention

LES ALIMENTS ET LES RISQUES POUR LES CONSOMMATEURS

■ MICROBIOLOGIE DES ALIMENTS

- Le monde microbien (bactéries, virus, levures et moisissures)
- Le classement (utiles et nuisibles)
- Les conditions de multiplication, de survie et de destruction des micro-organismes
- La répartition des micro-organismes

■ LES DANGERS MICROBIOLOGIQUES DANS L'ALIMENTATION

- Les principaux pathogènes d'origine alimentaire
- Les toxi-infections alimentaires collectives
- Les associations pathogènes / aliments

■ LES MOYENS DE MAÎTRISE DES DANGERS MICROBIOLOGIQUES

- La qualité de la matière première, les conditions de préparation
- La chaîne du froid et la chaîne du chaud
- La séparation des activités dans l'espace ou dans le temps
- L'hygiène des manipulations, les conditions de transport
- L'entretien des locaux et du matériel (nettoyage et désinfection)

■ LES AUTRES DANGERS POTENTIELS

- Dangers chimiques (détergents, désinfectants, nitrates...)
- Dangers physiques (corps étrangers...)
- Dangers biologiques (allergènes...)

■ LES FONDAMENTAUX DE LA RÉGLEMENTATION

- Notions de déclaration, agrément, dérogation à l'obligation d'agrément

■ L'HYGIÈNE DES DENRÉES ALIMENTAIRES (RÉGLEMENTATION COMMUNAUTAIRE EN VIGUEUR)

- Principes de base du paquet hygiène
- La traçabilité et la gestion des non-conformités
- Les bonnes pratiques d'hygiène (BPH) et les procédures fondées sur le Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP)
- L'arrêté en vigueur relatif aux règles sanitaires applicables aux activités de commerce de détail

■ LES CONTRÔLES OFFICIELS

- Direction départementale de la cohésion sociale et de la protection des populations
- Grilles d'inspection, points de contrôle permanents et ciblés
- Suites de l'inspection : rapport, saisie, procès-verbal, mise en demeure, fermeture...

■ LE PLAN DE MAÎTRISE SANITAIRE

- Les BPH
- Les principes de l'HACCP
- Les mesures de vérification

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

DT-14001

Management environnemental Norme Iso 14001

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1190 € HT
Province - 1190 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 9/02 - 18/06 - 19/11 -

Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ **PRÉ-REQUIS**

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ **PUBLIC CONCERNÉ**

Responsables environnement et auditeurs.

■ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**

- Connaître et savoir interpréter les exigences de la norme ISO 14001 version 2004
- Identifier les moyens concrets pour y répondre dans le cadre de son activité
- Acquérir les outils et indicateurs de mesure pour réussir une certification ISO 14001.

■ **LES ENJEUX DU SYSTÈME DE MANAGEMENT ENVIRONNEMENTAL**

- Les différents aspects du concept «Environnement» et son interaction avec les activités industrielles
- Le vocabulaire associé
- Rappels sur la réglementation environnementale
- Les enjeux et principes de base d'un SME (Système de Management Environnemental) selon l'ISO 14001 version 2004
- Transformer la contrainte environnementale en gisement de productivité
- Les similitudes avec la norme ISO 9001 et l'OHSAS 18001

■ **LA MISE EN PLACE D'UN SME SELON LE RÉFÉRENTIEL ISO 14001 V 2004**

- Identification des moyens concrets pour répondre aux différentes exigences de la norme ISO 14001 :
 - La politique environnementale
 - Planification
 - Mise en oeuvre
 - Fonctionnement et contrôle du SME
 - La revue de direction
- La certification ISO 14001
 - Les étapes clés
 - Les conditions de réussite

■ **ACQUÉRIR LES OUTILS CLÉS POUR CONSTRUIRE SON SME**

- Construire une politique environnementale
- Faire une analyse environnementale initiale (AEI)
- Mettre en œuvre et suivre un programme environnemental pertinent (objectifs, cibles)
- Construire un système documentaire adapté et structuré (procédures, instructions...)

- Identifier les enregistrements indispensables et règles d'archivage
- Assurer la compétence, la formation, la sensibilisation du personnel
- Mettre en place des indicateurs environnementaux clés
- Construire un tableau de bord lié à la maîtrise des impacts significatifs
- Faire face aux situations d'urgence

■ **FAIRE VIVRE L'AMÉLIORATION CONTINUE**

- Les contrôles incontournables
- Réagir face à une non-conformité
- Déclencher les actions correctives efficaces
- Développer le réflexe de prévention
- Communiquer en interne et en externe
- Les audits internes pour progresser
- Organiser des revues de direction efficaces

M2i Formation s'engage !

Chez M2i Formation, notre politique est de tout mettre en œuvre pour maintenir les sessions de formation qui vous sont proposées.

Nous savons que recenser les besoins et planifier les actions de formations prend du temps, c'est pourquoi M2i Formation met en place les sessions garanties.

En choisissant les sessions de formation garanties, vous êtes assuré de sa réalisation à la date et au lieu indiqué.

Organisez vos agendas en toute tranquillité grâce à nos sessions signalées comme garanties.

Pour vous y aider, consultez votre conseiller formation qui vous fera parvenir le calendrier des sessions garanties de votre région.





La formation autrement

Découvrez le catalogue
« **Informatique, Bureautique
& Multimédia** »



Visitez le site web
www.m2iformation.fr



COMPTABILITÉ ET FISCALITÉ

Compter sur sa gestion et maîtriser la fiscalité.

La compatibilité entre en jeu dans tous les moments cruciaux de la vie d'une entreprise. M2i vous propose donc un large éventail de formations qui s'étendent de l'apprentissage des bases comptables à celui des opérations complexes.

Pour assurer votre gestion de façon autonome, vous remettre à niveau ou renforcer votre expertise, il est primordial de connaître les principales techniques de gestion et les concepts financiers fondamentaux.

Dispensées par des experts, les formations en comptabilité, fiscalité et gestion financière opérationnelles M2i vous permettent de maîtriser les opérations comptables et d'acquérir les connaissances fiscales nécessaires à une gestion optimale.

Découvrez le large éventail des composantes de nos formations : Fiscalité de l'entreprise, Tva et déclaration d'échange de biens (DEB) et Comptabilité, consolidation et Normes IFRS.

Nos experts



NAËL

Sa formation supérieure (D.E.C.F, Maîtrise en Sciences de gestion, licence IAE) et son expérience significative de plus de 20 ans en tant que Responsable administratif et financier, ont amené Naël à évoluer au sein de PME ainsi que dans un grand groupe international où il a contribué à leur développement.

Aujourd'hui, formateur dans plusieurs domaines de compétences (Gestion, comptabilité, paye, bureautique, fiscalité...), il est passionné par son métier et cherche à relever des challenges à chaque formation dispensée. Il se sent dans l'obligation que chaque stagiaire soit satisfait, tant au niveau humain que dans les enseignements apportés. Rien de grand ne s'est accompli sans passion « Georg Wilhelm Friedrich Hegel ».



CYRIL

Expert-Comptable, inscrit au tableau régional de l'Ordre de la région Rhône Alpes, Cyril est aussi consultant en création/ reprise d'entreprises. Il a travaillé auprès de la Fiduciaire Européenne de Conseil où il a accompli des missions d'audit légal, financier, juridique et social.

Il est actuellement co-gérant du cabinet Auditea - cabinet d'expertise comptable et commissariat aux comptes- constitué d'une quinzaine de collaborateurs.

Sa bonne expérience du terrain et le haut niveau de conseil qu'il propose aux entreprises en tant qu'expert comptable sont autant de garantie d'une pédagogie de terrain et de la mise à jour permanente des informations étudiées en cours.

FISCALITÉ DE L'ENTREPRISE

p. 125

Actualités fiscales.....	p. 125
Fondamentaux de la fiscalité internationale.....	p. 125
Monter le bilan et établir la liasse fiscale.....	p. 126
Gestion des risques et des impayés.....	p. 127
Apprendre à établir son business plan.....	p. 127
La CET : Contribution Economique Territoriale.....	p. 128



TVA ET DÉCLARATION D'ÉCHANGE DE BIENS

p. 128

S'approprier les règles relatives à la TVA.....	p. 128
Maîtriser les difficultés de la TVA liées aux échanges internationaux.....	p. 129



COMPTABILITÉ, CONSOLIDATION ET NORMES IFRS

p. 129

Comptabilité générale : Pratique des opérations courantes jusqu'au bilan.....	p. 129
Comptabilité - Opérations courantes - Niveau 1.....	p. 130
Comptabilité - Opérations complexes - Niveau 2.....	p. 130
Prévoir et gérer sa trésorerie.....	p. 131
Savoir lire et interpréter un bilan et un compte de résultats.....	p. 131
Pratique des normes IFRS.....	p. 132



CPTFI-ACTU

Actualités fiscales

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 5/03 - 12/10 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Les collaborateurs des services comptables, financiers et/ou administratifs des entreprises.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Apprécier et appliquer les principales nouveautés fiscales
 - Appréhender les difficultés inhérentes à ces réformes encourues par les entreprises et leurs dirigeants
 - Mesurer les conséquences pratiques de leur mise en oeuvre.

■ MAÎTRISER LES PRINCIPALES MESURES FISCALES

- Prélèvements sociaux sur le revenu du patrimoine et des placements : quel changement ?
- Plus-values sur cessions de valeurs mobilières et de droits sociaux
- Droit d'enregistrement sur les cessions de droits sociaux
- Le réhaussement des sanctions financières du délit de fraude fiscale
- Les nouveaux cas de rachat par une société non cotée de ses propres actions

■ MAÎTRISER LES PRINCIPALES MESURES FISCALES

- Anticipation de la majoration exceptionnelle d'IS : Quel impact sur la trésorerie des entreprises ?
- Instauration d'une contribution additionnelle à l'IS sur les montants des dividendes distribués
- Taxe sur les transactions financières : Qui est concerné et comment ?
- la TVA dans le secteur des livres

■ MISE EN PLACE DE MESURES LIMITANT LES ABUS EN MATIÈRE DE FISCALITÉ DES ENTREPRISES

- Réduction des distorsions fiscales entre subventions et apports à une filiale
- Lutte contre les transferts abusifs des déficits en cas de changement d'exploitant ou d'activité
- Non-déductibilité des abandons de créance à caractère financier
- Renversement de la charge de la preuve pour les transferts de bénéfices vers des pays à «fiscalité privilégiée»
- Lutte contre les schémas d'optimisation du régime «mère-fille»
- Instauration de contributions exceptionnelles dues par certaines entreprises du secteur bancaire et du secteur pétrolier

■ APPRÉHENDER LES DIVERSES AUTRES MESURES

- Limitation des niches sociales patronales sur l'épargne salariale
- Remise en cause de l'exonération sociale sur les heures supplémentaires
- Taxation accrue des stock-options et des distributions d'actions gratuites

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

CPTFI-FISINT

Fondamentaux de la fiscalité internationale

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 25/06 - 5/10 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne souhaitant mieux intégrer la dimension fiscale à l'international dans ses décisions.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Maîtriser les règles fiscales de base des impôts commerciaux
 - Maîtriser les fondements de la fiscalité internationale
 - Déterminer les modalités d'imposition des bénéfices
 - Connaître les dispositifs de lutte contre l'évasion fiscale
 - Maîtriser l'imposition des dividendes
 - Délimiter les opérations internationales et la TVA.

■ DÉLIMITER LES SOURCES DE LA FISCALITÉ INTERNATIONALE

- Le droit interne des états
- Les conventions fiscales
- Structure des conventions
- Méthodes pour neutraliser les doubles impositions
- L'harmonisation fiscale européenne

■ DÉFINIR LES MODALITÉS D'IMPOSITION DES BÉNÉFICES

- Principe de territorialité de l'impôt sur les sociétés
- Entreprises ayant leur siège en France et une activité à l'étranger
- Entreprises ayant une activité en France et le siège à l'étranger
- Détermination du bénéfice imposable en France

■ REPÉRER LES DISPOSITIFS DE LUTTE CONTRE L'ÉVASION FISCALE

- Les risques fiscaux liés aux prix de transfert
- L'abus de droit et l'acte anormal de gestion
- Les règles particulières s'appliquant aux pays à fiscalité privilégiée

■ DÉCRIRE L'IMPOSITION DES DIVIDENDES

- Mécanismes d'élimination de la double imposition
- Incidence du régime des sociétés mères et filiales

■ SITUER LES OPÉRATIONS INTERNATIONALES ET LA TVA

- Principes de base
- Règles de territorialité
- Livraisons de biens
- Prestations de services
- Incidences des dispositions introduites par le «paquet TVA»
- Dispositions applicables aux entreprises étrangères

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

CPTFI-BIL

Monter le bilan et établir la liasse fiscale

A l'issue de ce stage, vous serez capable d'établir les comptes annuels et de déterminer le résultat fiscal.

■ DURÉE :	2 jours (14h)
■ TARIF :	Paris - 1100 € HT Province - 1100 € HT
■ DATES (de début de session) :	- 8/01 - 10/08 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr	
■ PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
■ PUBLIC CONCERNÉ	Toute personne en charge de l'établissement des comptes annuels et de la détermination du résultat fiscal.
■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	<ul style="list-style-type: none"> - Acquérir la maîtrise des règles comptables et fiscales requises pour l'arrêté des comptes annuels - De déterminer le résultat fiscal, de calculer l'impôt sur les sociétés et la participation des salariés - De tirer le meilleur parti des nouvelles mesures fiscales dans un souci d'optimisation fiscale.

■ LES ASPECTS COMPTABLES DE LA CLÔTURE DES COMPTES ANNUELS

- Identifier les facteurs de ralentissement et l'optimisation des travaux de clôture
- Actifs et passifs
- Produits et charges
- Procéder à la revue du contrôle interne et déceler les points faibles
- Points clés du contrôle interne
- Le manuel des procédures comptables
- Le dossier de révision des comptes annuels
- Méthodologie d'une bonne révision
- Questionnaires d'aide au contrôle
- Fiabiliser et finaliser l'élaboration des comptes (5 étapes à respecter)

■ LES RETRAITEMENTS VERS LA LIASSE FISCALE

- Etablissement de la liasse fiscale (les étapes clés)
- Champ d'application de l'IS
- Structures concernées
- Territorialité de l'IS
- Règles d'assiette propres à l'IS
- Régimes d'imposition
- Détermination fiscale des bénéfices
- La démarche de détermination du résultat fiscal (les 4 étapes)
- Les produits
- Principes généraux d'imposition
- Les produits d'exploitation
- Les produits financiers
- Régime spécial des sociétés mères et filiales
- Régime spécifique des titres d'OPCM
- Traitement des provisions et des reprises sur provisions pour dépréciations des titres de participation
- Les produits exceptionnels
- Les abandons de créances
- Les indemnités d'assurance
- Le crédit d'impôt recherche
- Les charges

■ CONDITIONS GÉNÉRALES DE DÉDUCTIBILITÉ

- Les frais généraux : limitation à la déductibilité de certaines charges
- Formalisme à respecter pour certaines charges : DAS2, Relevé des frais généraux
- Les impôts et taxes : certains ne sont déductibles que l'année de leur paiement
- Les charges financières : limitation à la déductibilité des intérêts de compte courant
- Les charges exceptionnelles
- Les stocks
- Les immobilisations et les amortissements
- Evolution des règles comptables françaises depuis le 1er janvier 2005
- Approche par composants
- Synthèse des divergences entre les règles comptables nouvelles et les règles fiscales

■ LES PROVISIONS

- Conditions générales à la déductibilité des provisions
- Le traitement spécifique des dettes et créances en devises étrangères
- Le régime spécifique des plus et moins-values à long terme : éléments soumis à un IS au taux réduit
- Détermination du résultat fiscal et calcul de l'impôt société et de la participation des salariés
- La gestion des déficits fiscaux

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



CPTFI-IMP

Gestion des risques et des impayés

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 16/02 - 7/09 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Dirigeants, membres des services comptabilité, crédit managers, souhaitant acquérir les bons réflexes pour bien gérer le risque client.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
- Avoir les techniques nécessaires de relances, juridiques et financières afin de régulariser les impayés.

■ PRÉVENTION DES IMPAYÉS ET OPTIMISATION FISCALE

- Mettre en place un scoring et surveiller son encours clients
- Comment calculer le ratio client - D.S.O.(Days sales outstanding)
- Optimiser sa fiscalité
- Conditions de la déductibilité fiscale de la provision des créances clients
- Impact des impayés clients sur la trésorerie
- Savoir surveiller les composants du besoin en fonds de roulement (impactant la trésorerie)
- Nouveau client : savoir lire et interpréter un bilan et un compte de résultat
- Pourquoi surveiller l'état financier des gros clients

■ LES RELANCES CLIENTS

- La relance téléphonique
- Les conseils pour relancer efficacement
- La relance offensive
- Les mesures conservatoires
- La prescription
- La saisie conservatoire
- La mise en demeure
- L'injonction de payer
- Le recouvrement des chèques sans provision
- Le protêt

■ DROIT DES PROCÉDURES COLLECTIVES

- Définition et schéma de la procédure collective
- Cessation de paiement
- Redressement judiciaire et liquidation judiciaire
- Cessation des paiements et impacts sur votre entreprise
- Savoir anticiper la cessation de paiements d'un client

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

CPTFI-BPLAN

Apprendre à établir son business plan

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 19/02 - 4/05 - 7/12 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne souhaitant acquérir les bons réflexes pour bien gérer le risque client.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
- Réaliser un prévisionnel
- Réaliser une étude de marché communicante et vendeuse dans le but de décrocher un financement et vous servir à piloter votre projet.

■ CONCEPTS ET ENJEUX DU BUSINESS PLAN

- Présentation du business plan
- Utilité du business plan
- Les enjeux du business plan

■ PRÉSENTER ET STRUCTURER VOTRE BUSINESS PLAN

- Présentation de votre projet
- Stade d'avancée du projet
- Analyse de la concurrence

■ RÉALISATION DU BUSINESS PLAN (NIVEAU MARKETING)

- Définir la nature et le type de marché
- Cibler les clients et les fournisseurs
- Segmentation du marché
- Quels sont les instruments pour atteindre vos clients ?
- L'organisation de votre prestation
- proposez-vous vos produits sur le marché ?

■ RÉALISATION DU BUSINESS PLAN (NIVEAU FINANCIER)

- Définir vos besoins en financement
- Prévisions budgétaires
- Réaliser un tableau de flux prévisionnel
- Réaliser un compte de résultat prévisionnel
- Réaliser un bilan prévisionnel
- Calcul du seuil de rentabilité
- Analyse du BFR
- Valorisation du cash-flow

■ DÉFINIR LES OBJECTIFS DE VENTE

- Quantité à vendre
- Prix des parts de marchés

■ RÉDIGER UN BUSINESS PLAN CONVAINCANT ET SAVOIR LE VENDRE

- Etablir une présentation soignée et attractive
- Conseils et astuces pour rédiger méthodiquement
- Réaliser des annexes avec des cas concrets
- Vendre son business plan en quelques phrases

■ FAIRE ÉVOLUER SON BUSINESS PLAN

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

CPTFI-CET

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 13/04 - 23/11 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne en charge des impôts liés à l'entreprise.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Maîtriser la contribution économique territoriale (CET) en vigueur
 - Gérer et optimiser le passage de la Taxe Professionnelle à la CET
 - Connaître les obligations déclaratives
 - Appréhender les différentes mesures d'exonération et de dégrèvement.

La CET : Contribution Economique Territoriale

- **INTRODUCTION À LA CET (PASSAGE DE L'ANCIENNE TAXE PROFESSIONNELLE À LA CET)**
 - Rappels des textes applicables et du calendrier
 - La cotisation foncière des entreprises (CFE)
 - Champ d'application
 - Base d'imposition
 - Abattement spécifique pour les établissements industriels
 - Établissement de l'imposition (obligations déclaratives et échéances de paiement)
 - Vérifier l'avis d'imposition
 - Révision des valeurs locatives foncières des locaux professionnels et commerciaux
- **L'IFER (IMPOSITION FORFAITAIRE DES ENTREPRISES DE RÉSEAUX)**
 - Cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE)
 - Personnes imposables
 - Calcul de la CVAE
 - Éléments à intégrer dans le chiffre d'affaires et la valeur ajoutée
 - Obligations déclaratives et échéances de paiement
 - Effectifs à déclarer par établissement
- **MESURES DE RÉDUCTIONS DE LA CET**
 - Mesures d'accompagnement vers la nouvelle CET
 - Plafonnement de la CET en fonction de la valeur ajoutée
 - Dégrèvements pour réduction et pour cessation d'activité
 - Autres mesures de réduction
- **LE TRAITEMENT COMPTABLE DE LA CET**
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

CPTVA-REG

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 18/05 - 19/10 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne en charge des déclarations de TVA.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Comprendre les mécanismes de base de la TVA
 - Vous entraîner à leur application par des exercices concrets
 - Etablir la déclaration de TVA de l'entreprise (CA3).

S'approprier les règles relatives à la TVA

A l'issue de ce stage, vous serez capable de comprendre les principaux mécanismes de la TVA grâce A la pratique d'exercices concrets.

- **RAPPEL DES GRANDS PRINCIPES DE FONCTIONNEMENT DE LA TVA DANS L'UE**
 - Le cadre commun de TVA au sein de l'UE
 - Le mécanisme de la TVA : neutralité pour les entreprises assujetties à 100 %
 - Le numéro d'identification intracommunautaire
 - Le champ d'application
 - Opérations imposables
 - Opérations exonérées liées au commerce extérieur
 - Rappel des notions de fait générateur et d'exigibilité pour le vendeur et pour l'acheteur
 - Régime des livraisons de biens
 - Régime des encaissements
 - Régime particulier des acquisitions intracommunautaires
 - Les taux de TVA dans les 27 pays de l'UE
 - Les mentions obligatoires à porter sur les factures
 - Sanctions en matière de TVA et de DEB
 - La DEB : obligations déclaratives
- **APPRÉHENDER LES RÉGIMES PARTICULIERS ET SAVOIR TRAITER LES OPÉRATIONS DU COMMERCE INTERNATIONAL PORTANT SUR LES ÉCHANGES DE BIENS**
 - Les livraisons et les acquisitions intracommunautaires
 - Les exportations et les importations
 - Les opérations triangulaires
 - Les ventes en dépôt consignment
- **MAÎTRISER LES DIFFICULTÉS DES PRESTATIONS DE SERVICES DANS LES ÉCHANGES INTERNATIONAUX DEPUIS LE 1ER JANVIER 2010**
 - Dans les relations B to B
 - Le principe général
 - Les nouvelles obligations déclaratives
 - Les mentions obligatoires à porter sur les factures
 - Les exceptions au principe d'imposition en B to B
 - Dans les relations B to C
 - Le principe d'imposition
 - Les exceptions au principe d'imposition en B to C
 - Aménagement des déclarations de TVA
 - La DES (déclaration européenne de services)
- **CONNAÎTRE LES RÈGLES DU DROIT À DÉDUCTION**
 - La refonte des droits à déduction
 - Conditions générales d'exercice du droit à la déduction
 - Les exclusions du droit à la déduction
 - Détermination du coefficient de déduction
 - Régularisations et reversements de la TVA initiale
- **CONNAÎTRE LES PROCÉDURES DE RÉCUPÉRATION DES TVA ÉTRANGÈRES AU SEIN DES 27 PAYS DE L'UE**
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud



CPTVA-INTER

Maîtriser les difficultés de la TVA liées aux échanges internationaux

■ DURÉE : 2 jours (14h)

■ TARIF : Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT

■ DATES (de début de session) :
- 9/03 - 17/08 -

Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne exerçant dans un service comptable.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Maîtriser ou vous perfectionner en matière de TVA, TVA intracommunautaires et DEB.

■ APPLICATION DE LA TVA

- Les opérations imposables
- Les opérations imposables par la loi
- Les opérations imposables sur option
- Les opérations exonérées
- Les exportations et les livraisons intra-communautaires
- Les exonérations destinées à éviter un cumul d'imposition
- Les opérations bancaires
- Les exonérations diverses
- Effet des exonérations

■ CALCUL ET PAIEMENT DE LA TVA

- Les taux de TVA
- La TVA collectée
- La TVA déductible
- Déclarations périodiques et paiement de la TVA
- Le régime Micro
- Le régime du réel simplifié
- Le régime du réel normal
- Le crédit de TVA
- Les sanctions

■ TVA ET COMMERCE INTERNATIONAL

- Les opérations extracommunautaires portant sur les biens
- Les opérations intracommunautaires portant sur les biens
- Les acquisitions par des personnes bénéficiant du régime dérogatoire
- Les acquisitions réalisées par les particuliers

■ LES PRESTATIONS DE SERVICES

- La déclaration de la TVA (CA3-CA12)
- Les déclarations d'échanges de biens
- La comptabilisation de la TVA
- La DEB (déclarations d'échanges de biens)

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

CPTCPT-GEN

Comptabilité générale : Pratique des opérations courantes jusqu'au bilan

■ DURÉE : 2 jours (14h)

■ TARIF : Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT

■ DATES (de début de session) :
- 8/06 - 14/12 -

Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Responsables comptables et financiers, collaborateurs comptables et financiers, contrôleurs de gestion, fiscalistes, collaborateurs des cabinets d'expertise comptable.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Traiter les opérations comptables courantes : achats, ventes, trésorerie, immobilisations, TVA
- Etablir toutes les justifications de comptes et mettre en place les contrôles nécessaires.

A l'issue de ce stage, vous serez capable de traiter les opérations comptables courantes : achats, ventes, trésorerie, immobilisations, TVA...

■ LE CADRE COMPTABLE

- Bilan et compte de résultat
- Opérations comptables
- Organisation comptable
- Missions du service comptable

■ CYCLE ACHATS - FOURNISSEURS

- Missions du comptable fournisseur
- Contrôler les factures
- Comptabiliser les pièces comptables
- Rattacher les charges à l'exercice

■ MAÎTRISER LES RÈGLES DE LA TVA

- Le mécanisme de la TVA
- La TVA dans les opérations internationales
- Déclaration de TVA

■ CYCLE CLIENTS - VENTES

- Enregistrer les opérations de ventes
- Traiter les opérations en devises
- Comptabiliser les impayés
- Écritures de régularisation de fin de période

■ CYCLE TRÉSORERIE - FINANCEMENT - PLACEMENT

- Enregistrement des encaissements et décaissements

■ CYCLE IMMOBILISATION

- Entrée d'une immobilisation à l'actif
- Dépenses ultérieures liées à un actif
- Sortie des immobilisations de l'actif

■ PROCESSUS PERSONNEL

- Comptabilisation de la paie
- Traitement des notes de frais

■ CONTRÔLER ET JUSTIFIER SES COMPTES

- Le dispositif de contrôle interne
- Les contrôles comptables

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



CPTCPT-COUR

Comptabilité - Opérations courantes - Niveau I

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 15/01 - 24/09 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne débutant dans la comptabilité.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Découvrir le bilan, le compte de résultat et l'organisation comptable
 - Utiliser le plan comptable général et déterminer l'imputation comptable
 - Comptabiliser des opérations courantes, effectuer des contrôles comptables de base.

- **L'ENTREPRISE ET LES FLUX ÉCONOMIQUES**
 - Les flux économiques entre une entreprise et ses partenaires et leur traduction comptable
 - Notions d'emplois et de ressources
 - Notions économiques de patrimoine d'entreprise (actif / passif)
 - Notions économiques d'exploitation de l'entreprise (produits /charges)
- **LES CONCEPTS DE LA COMPTABILITÉ GÉNÉRALE**
 - Notions de compte, de partie double et de débit / crédit
 - La structure du plan comptable général, les principaux types de comptes, leur nature et leur utilisation
 - Notion d'exercice comptable
 - Principes de prudence, de permanence des méthodes comptables
 - Principes d'indépendance des exercices, de continuité, de coûts historiques et de sincérité
- **LES ÉTATS COMPTABLES**
 - Le compte de résultat
 - Le bilan
 - L'annexe
- **L'ORGANISATION COMPTABLE ET LA TENUE DE LA COMPTABILITÉ**
 - Les pièces et documents comptables
 - La saisie comptable des opérations courantes et l'enregistrement des pièces
 - Les outils de la chaîne comptable : les journaux, le grand livre et la balance
- **NOTIONS COMPTABLES D'ACHAT ET DE VENTE**
 - La TVA et sa comptabilisation
 - Introduction à la comptabilité des tiers

CPTCPT-PLEX

Comptabilité - Opérations complexes - Niveau 2

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 13/04 - 6/07 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Connaître les fondamentaux de la comptabilité générale : opérations courantes.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne liée à la comptabilité.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Utiliser le plan comptable général et déterminer l'imputation comptable
 - Comptabiliser des opérations courantes, effectuer des contrôles comptables de base
 - Maîtriser les travaux d'inventaires comptables afin de clôturer les documents de synthèses (bilan, compte de résultat et annexe).

- **ENREGISTRER LES TRAVAUX D'INVENTAIRE DES IMMOBILISATIONS**
 - Les amortissements : les règles, les modes, la comptabilisation et les incidences fiscales
 - Le traitement des dépenses d'entretien
 - La dépréciation des actifs : évaluer et enregistrer les pertes de valeur d'actifs
- **COMPTABILISER ET VALORISER LES STOCKS**
 - Obligation d'effectuer un inventaire physique
 - Calculer le coût d'acquisition ou le coût de production
 - Constaté les variations de stocks : inventaires
 - Enregistrer les dépréciations de stocks
- **PROCÉDER À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE**
 - Principe de rattachement à l'exercice des produits
 - Traiter les ventes et créances
 - Enregistrer les différentes écritures de régularisation
 - Comptabiliser la dépréciation des comptes clients
- **EVALUER LE PASSIF LORS DE LA CLÔTURE DE L'EXERCICE**
 - Définition d'une provision pour risques et charges
 - Conditions de fond et de forme pour constituer une provision
 - Evaluation et comptabilisation des provisions pour risques et charges
- **EFFECTUER LES RÉGULARISATIONS DE CHARGES ET DETTES À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE**
 - Principe de rattachement à l'exercice des charges
 - Charges à payer et charges constatées d'avance
- **COMPTABILISER LES ACTIFS FINANCIERS**
 - Enregistrer les écritures d'inventaires liées à l'opération de placement et de financement
 - Comptabiliser les immobilisations financières, VMP et emprunts
 - Évaluer et comptabiliser les dépréciations
- **ELABORER LE BILAN ET LE COMPTE DE RÉSULTAT**
 - Enregistrer les opérations affectant le résultat exceptionnel
 - Comptabiliser l'impôt et la participation

CPTCPT-TRES

Prévoir et gérer sa trésorerie

A l'issue de ce stage, vous serez capable de gérer au mieux la trésorerie de votre entreprise

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 9/02 - 11/06 - 22/10 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation nécessite des connaissances comptables de base.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne travaillant dans la comptabilité.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
- Connaître les outils nécessaires à la gestion de la trésorerie.

■ LA SITUATION FINANCIÈRE

- Du bilan comptable au bilan fonctionnel
- Structure et retraitement du bilan fonctionnel

■ ANALYSE DE LA STRUCTURE FINANCIÈRE

- Le fonds de roulement (FR)
- Le besoin en fonds de roulement (BFR)
- La trésorerie nette (TN)
- L'équilibre financier
- Le tableau de financement

■ PRÉVOIR SA TRÉSORERIE

- Qu'est-ce qu'un plan de trésorerie
- Comment établir un plan de trésorerie
- Quels renseignements vous apporte le plan de trésorerie

■ OUVERTURE D'UN COMPTE BANCAIRE

- Pourquoi ouvrir un compte bancaire
- Les contrôles à effectuer
- Les états de rapprochements
- Les dates de valeurs

■ LES DIFFÉRENTS FINANCEMENTS D'EXPLOITATION

- La loi Dailly
- L'affacturage
- Le découvert
- Les crédits de campagne
- Autres crédits à court terme

■ LES FINANCEMENTS D'INVESTISSEMENTS

- Les fonds propres et quasi-fonds propres
- Les financements externes

■ LE MONTAGE DU DOSSIER

- Le seuil de rentabilité
- Le résultat prévisionnel
- Les soldes intermédiaires de gestion

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



CPTCPT-BILRES

Savoir lire et interpréter un bilan et un compte de résultats

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1100 € HT
Province - 1100 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 23/03 - 26/10 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite aucun prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Managers, ingénieurs, chefs de projets, vendeurs, acheteurs, auto-entrepreneurs, chefs d'entreprises et gérants.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
- Comprendre la logique du compte de résultat et du bilan
- Réaliser un diagnostic succinct et pertinent
- Interpréter les principaux ratios
- Détecter les signes de dégradation en lecture directe.

■ LIRE LE COMPTE DE RÉSULTAT

- Le compte de résultat, film de l'activité d'une période en termes de produits et charges
- Mode d'enregistrement des opérations économiques
- Mécanismes de l'amortissement, des provisions et variation des stocks
- Les principaux postes du compte de résultat
- Signification des différents niveaux de résultat

■ LIRE LE BILAN

- Le bilan, inventaire des éléments du patrimoine de l'entreprise : biens, créances et dettes
- Logique financière du bilan en termes de ressources et d'emplois
- Liens entre le bilan et le compte de résultat
- Interpréter les principaux postes du bilan

■ EVALUER LA PROFITABILITÉ

- Signification des différents niveaux de résultat
 - Marge commerciale
 - Marge brute
 - Excédent brut d'exploitation
 - Résultat d'exploitation
 - Résultat courant
- Comparaison avec le compte de résultat par fonctions
- La capacité d'auto-financement
- Interpréter les variations de résultat

■ EVALUER LES CAPITAUX INVESTIS ET LA STRUCTURE FINANCIÈRE

- Fonds de roulement (FR)
- Besoin en fonds de roulement (BFR)
- Trésorerie nette (TN)
- Retraitement de l'affacturage
- Les principaux ratios

■ RÉALISER UN DIAGNOSTIQUE RAPIDE

- Les étapes de l'analyse financière
 - Activité
 - Profitabilité
 - Capitaux investis
 - Structure financière
- Repérer les signes de dégradation à la lecture directe des documents comptables
- Savoir poser les bonnes questions pour comprendre les principales évolutions

CPTCPT-IFRS

Pratique des normes IFRS

■ DURÉE :	2 jours (14h)
■ TARIF :	Paris - 1100 € HT Province - 1100 € HT
■ DATES (de début de session) :	- 23/02 - 16/07 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr	
■ PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
■ PUBLIC CONCERNÉ	Directeurs administratifs et financiers, responsables comptables et financiers et leurs collaborateurs. Chefs comptables, comptables, contrôleurs de gestion et experts comptables.
■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	- Vous approprier le cadre conceptuel du référentiel IFRS - Intégrer les principales normes IFRS - Traiter les divergences entre les règles comptables françaises et les normes IFRS.

■ CADRE GÉNÉRAL ET INTRODUCTION DES NORMES IFRS

- Pourquoi de nouvelles normes ?
- Processus d'adoption des normes
- Cadre conceptuel
- Incidence des normes IAS / IFRS

■ ETATS FINANCIERS EN NORMES IAS / IFRS : IAS 1

■ VERS UNE NOUVELLE DÉFINITION DES ACTIFS

■ IMMOBILISATIONS INCORPORELLES : IAS 38

- Définition d'une immobilisation incorporelle
- Amortissement des immobilisations incorporelles
- Frais de recherche et de développement

■ IMMOBILISATIONS CORPORELLES : IAS 16 ET IFRS 5

- Définition et comptabilisation initiale
- Approche par composants
- Coûts ultérieurs
- Amortissement et modification du plan d'amortissement
- Evaluation ultérieure

■ DÉPRÉCIATION D'ACTIFS : IAS 36

- Objectifs de la norme
- Indices de perte de valeur
- Unités génératrices de trésorerie

■ STOCKS : IAS 2

- Détermination du coût d'entrée
- Méthode d'évaluation
- Valorisation à la clôture

■ NORMES SUR LES PASSIFS

■ PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES : IAS 37

- Règles de constitution
- Actualisation des provisions à long terme

■ AVANTAGES DU PERSONNEL : IAS 19

- Classification et comptabilisation des avantages du personnel
- Evaluation des avantages postérieurs à l'emploi
- Comptabilisation des avantages postérieurs à l'emploi
- Traitement des écarts actuariels
- Impact de la réforme des retraites

■ INSTRUMENTS FINANCIERS : IAS 32 ; 39 ET IFRS 7

- Définition des instruments financiers
- Classification des instruments financiers
- Comptabilisation initiale
- Valorisation à la clôture

■ IMPÔTS DIFFÉRÉS : IAS 12

- Principes des impôts différés
- Méthode du report variable
- Reconnaissance des impôts différés actifs

■ PRÉCISIONS SUR LA JUSTE VALEUR : IFRS 13

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

Le coaching

Une formation personnalisée et optimisée au poste de travail

Un formateur vient dans votre entreprise et accompagne le stagiaire à son poste de travail. Par session de 2 à 3 heures, il travaille sur un cas concret qui sert d'exercice. Le formateur aide le stagiaire à analyser et rechercher des solutions ; il lui explique la méthode à suivre. Non seulement le stagiaire a acquis la compétence mais il a aussi travaillé sur un cas réel dans sa propre entreprise.

Pour le stagiaire, cette solution offre un gain de temps considérable, car il pourra mettre en œuvre immédiatement ce qu'il a appris. Cette solution répond aux contraintes de planning des salariés.

SECTEUR PUBLIC

Maitriser les enjeux du secteur public.

Que vous soyez professionnel(le) des Ressources Humaines, manager ou agent de la Fonction Publique d'État, territoriale ou hospitalière, vous trouverez une formation M2i pour vous former efficacement aux spécificités du secteur public.

Pour passer un concours, maitriser la réglementation, établir un partenariat ou négocier efficacement les achats, nous mettons à votre disposition des outils adéquats pour pouvoir appréhender vos enjeux quotidiens.

Grâce à des formations opérationnelles en gestion, pilotage et management dispensées par des intervenants spécialistes de l'environnement public, M2i propose un accompagnement de qualité aux acteurs publics et à leurs partenaires privés.

Découvrez les 22 formations d'1 à 2 jours dont vous pouvez bénéficier.

Nos experts



ISABELLE

Des formations pour gagner des marchés publics...

Des formations pour gagner du temps...

Consultante et formatrice depuis 7 dans la dématérialisation des marchés publics, Isabelle connaît parfaitement les plateformes de dématérialisation et la problématique métier de la réponse électronique.

Elle accompagne régulièrement des entreprises qui doivent améliorer leur mémoire technique pour gagner de nouveaux marchés.



OLIVIER

Délégué Général Adjoint de ChamberSign France, autorité de certification des Chambres de commerce et d'industrie, Olivier connaît parfaitement les aspects de certificat et signature électronique.

L'association étant soumise au code des marchés publics, il a joué le rôle de pouvoir adjudicateur.

Il a répondu également à de nombreux marchés pour fournir des certificats électroniques aux collectivités.

Olivier dispose d'une réelle expertise dans le domaine de la réponse électronique aux marchés publics et des formations gagnantes sur le mémoire technique.



SYLVIE

Après une formation approfondie à l'ingénierie de la formation, Sylvie exerce le métier de formatrice-consultante depuis 1995.

Depuis, elle partage ses expériences avec les salariés des secteurs publics et privés, en matière de management et communication.

Ses formations s'adressent aussi bien aux cadres qu'aux agents, du secteur public. Son expérience lui a permis d'intégrer les spécificités du secteur public, notamment les collectivités locales et territoriales et les différents ministères. Elle intervient régulièrement auprès des organismes de sécurité sociale.

Membre de jury de concours publics dans plusieurs domaines, elle anime des formations ou des accompagnements individuels destinés aux candidats aux concours publics.

Filière **Secteur public**

MANAGEMENT & COMMUNICATION

p. 135

Conduire l'entretien annuel dans le secteur public.....	p. 135
Optimiser la relation client dans le secteur public.....	p. 135
Gestion des incivilités avec l'utilisateur.....	p. 136
Accompagner le changement dans le secteur public.....	p. 136



MARCHÉS PUBLICS

p. 137

Comprendre l'essentiel des marchés publics.....	p. 137
Performer son mémoire technique - Niveau 1.....	p. 137
Performer son mémoire technique - Niveau 2.....	p. 138
Répondre efficacement aux questions développement durable.....	p. 138
Répondre en groupement aux marchés publics.....	p. 139
Réussir sa négociation dans les marchés publics.....	p. 139
Assurer le suivi administratif et financier des marchés publics.....	p. 140
Les contentieux en marchés publics.....	p. 140
Pratico-juridique des marchés publics.....	p. 141
Préparer et lancer un appel d'offre dans le secteur public.....	p. 141
L'analyse des candidatures et des offres.....	p. 142



DÉMATÉRIALISATION

p. 143

Maîtriser la réponse électronique aux marchés publics.....	p. 143
Certificat et signature électronique - entreprises et collectivités.....	p. 143
Référentiel Général de Sécurité - collectivités.....	p. 144
Les solutions de dématérialisation - entreprises et collectivités.....	p. 144
Réussir la dématérialisation de ses marchés publics - collectivités.....	p. 145



PRÉPARATION CONCOURS

p. 145

Préparation au concours : présentation à l'oral.....	p. 145
Préparation au concours : réussir ses écrits.....	p. 146



SPUB-ENTR

Conduire l'entretien annuel dans le secteur public

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1430 € HT
Province - 1430 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 16/02 - 15/06 -

Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Cadres de la fonction publique en situation de management d'équipe (directeurs, chefs de service, chefs de bureau...).

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Apprécier la valeur professionnelle des agents
- Préparer l'entretien
- S'approprier les outils de l'entretien
- Découvrir les étapes de l'entretien
- Adopter les bonnes techniques de communication en entretien
- Valoriser l'entretien professionnel.

■ DE LA NOTATION À L'ENTRETIEN PROFESSIONNEL

- Rappel des objectifs de la notation
- Présentation des objectifs et du contenu de l'entretien professionnel
- Les attentes de l'agent

■ L'APPRÉCIATION DE LA VALEUR PROFESSIONNELLE DES AGENTS

- Définition
- Présentation et analyse des critères réglementaires

■ LA PRÉPARATION DE L'ENTRETIEN

- Tout au long de l'année : la mise en place de la posture de l'évaluateur
- Au moment de l'évaluation : préparation matérielle et de bilan

■ LES OUTILS DE L'ENTRETIEN

- La fiche de poste
- Le formulaire de compte rendu d'entretien professionnel
- Le guide de l'entretien

■ LES ÉTAPES DE L'ENTRETIEN

- Accueillir l'agent
- Engager l'entretien
- L'appréciation des résultats professionnels
- La détermination d'objectifs spécifiques
- Les perspectives professionnelles éventuelles
- Conclure

■ LES TECHNIQUES DE COMMUNICATION EN ENTRETIEN

- L'écoute
- La perception
- L'assertivité
- La reformulation
- La stratégie de questionnement

■ LA VALORISATION DE L'ENTRETIEN PROFESSIONNEL

- Auprès de la hiérarchie
- Auprès de l'équipe
- Au profit du responsable et de son agent

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

SPUB-RCLI

Optimiser la relation client dans le secteur public

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1430 € HT
Province - 1430 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 9/03 - 17/09 -

Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne souhaitant développer l'esprit de la relation client dans son activité.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Vous positionner en tant qu'agent d'accueil
- Comprendre les mécanismes des relations interpersonnelles
- Développer votre capacité d'écoute
- Gérer tout type d'entretien d'accueil en utilisant des techniques de communication efficaces.

■ LA CONTRIBUTION DE L'ACCUEIL À L'IMAGE ET À L'AMÉLIORATION DES SERVICES DE L'INSTITUTION

- Intégrer les enjeux de la relation client
- Comprendre les enjeux de la relation client dans le secteur public
- Avoir une vision plus large de l'accueil relationnel
- Se positionner au poste d'agent d'accueil

■ LES BASES DE LA COMMUNICATION

- Le rôle des émotions
- L'importance des vecteurs et des canaux de communication
- Utiliser les bases de la communication impactant la qualité de l'accueil
- Identifier les techniques de communication

■ LA PRISE EN CHARGE DE L'USAGER

- Le langage positif
- L'empathie
- La présentation de l'agent d'accueil
- Les outils d'aide à l'écoute active

■ LA STRUCTURE D'UN ENTRETIEN TYPE

- Réussir la prise de contact
- Structurer sa démarche
- Apprendre à connaître l'usager
- Découvrir les motivations
- Savoir convaincre

■ COMPRENDRE LES MÉCANISMES DES RELATIONS INTERPERSONNELLES

- Savoir quand et comment amener la conclusion
- Mise en situation

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

SPUB-1CIV

Gestion des incivilités avec l'utilisateur

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1430 € HT
Province - 1430 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 13/04 - 14/12 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne en contact avec le public.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Prévenir les situations difficiles
 - Faire face aux situations difficiles
 - Vous protéger psychologiquement.

■ S'APPROPRIER LES RÈGLES DE BASE DE LA COMMUNICATION (DANS LES SITUATIONS DIFFICILES)

- Information et communication
- Rôle des émotions
- Gérer la détresse
- Déperdition de la communication
- Verbal et non-verbal
- Niveaux logiques
- Phrases « tueuses »
- Facteurs déclencheurs

■ RÉCUPÉRER RAPIDEMENT APRÈS UNE SITUATION DIFFICILE

- Se réparer
- Techniques de relaxation minute

■ REPÉRER SES ATTITUDES SPONTANÉES FACE À UN CONFLIT

- Nommer ses émotions en situation d'agression
- Rôle des 4 émotions de base
- L'escalade des conflits
- L'album de timbres
- Se protéger des agressions physiques

■ PRÉVENIR LES CONFLITS

- Les techniques
- Utiliser le synchronisme

■ REFUSER SANS AGRESSIVITÉ

- Les idées reçues sur le refus
- Les différents types de refus

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

SPUB-CHGT

Accompagner le changement dans le secteur public

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1430 € HT
Province - 1430 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 15/01 - 18/05 - 12/10 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne amenée à piloter un changement au sein de son service.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Identifier et comprendre les mécanismes humains engendrés par un changement
 - Repérer les écueils à éviter vis-à-vis de vos équipes et de vos collaborateurs
 - Prendre conscience des différents niveaux de changement et leurs enjeux
 - Dresser votre plan d'action personnalisé pour mieux conduire le changement.

A l'issue de ce stage, le participant sera capable d'identifier et comprendre les mécanismes humains engendrés par un changement, repérer les écueils à éviter vis-à-vis de ses équipes et de ses collaborateurs, prendre conscience des différents niveaux de changement et de leurs enjeux, dresser son plan d'action personnalisé pour mieux conduire le changement.

■ ANALYSE DU CONTEXTE POLITIQUE, ÉCONOMIQUE ET LÉGISLATIF

- Appréhender les conséquences des stratégies politiques et économiques
- Identifier le (ou les) décideur(s)
- Prendre conscience des opportunités que représente le changement au sein d'un service public

■ IDENTIFICATION ET ANTICIPATION DES RÉSISTANCES

- Les mécanismes des comportements humains face au changement dans un contexte de secteur public
- Analyser les enjeux psychologiques
- Gérer les différents modes de résistance aux changements
- Adopter la stratégie la mieux adaptée à la situation
- Cultiver la maîtrise de soi face aux conflits

■ LA GESTION DE CONFLITS

- Repérer les différents types de conflit
- Comprendre les réactions et les émotions et choisir une stratégie
- Identifier son comportement et son style de management face aux tensions
- Savoir dépersonnaliser
- Sortir du conflit avec des outils simples et innovants

- Adopter une communication non conflictuelle et utiliser les bons vecteurs
- Favoriser les échanges et les rendre facteurs de progrès
- Mettre en valeur les réussites et les progrès

■ LE PILOTAGE DU CHANGEMENT

- Monter une stratégie de conduite du changement
- Utiliser les outils et méthodes pour aider les acteurs dans leur processus d'adaptation et d'intégration au changement
- Inspirer l'équipe en alliant force, maîtrise et empathie

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



SPUBMP-ESS

Comprendre l'essentiel des marchés publics

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1430 € HT
Province - 1430 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 16/04 - 13/08 - 18/11 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Responsables de services marchés et rédacteurs amenés dans le cadre de leur activité à lancer une procédure de marché et, plus directement, à préparer les mesures de publicité.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Appréhender l'essentiel des marchés publics
 - Connaître le vocabulaire inhérent aux marchés publics

- **QUELLES SONT LES SOURCES DU DROIT QU'IL CONVIENT DE RESPECTER ? COMPRENDRE L'ESSENTIEL DES MARCHÉS PUBLICS**
- **LE CHAMP D'APPLICATION ET LES PRINCIPES FONDAMENTAUX**
- **LES ACTEURS DE LA COMMANDE PUBLIQUE ET LEUR RÔLE (CAO, PA...)**
- **LES OPÉRATEURS ÉCONOMIQUES**
- **PRÉALABLES À LA PASSATION DES MARCHÉS ET ACCORDS-CADRES**
- **LES PROCÉDURES : DÉFINITIONS, CONTRAINTES ET PRÉSENTATIONS (FICHES SYNAPTIQUES)**
- **L'ACCORD-CADRE ET LES MARCHÉS À BONS DE COMMANDE**
 - Définition
 - Quand et comment l'utiliser
 - Principe de remise en concurrence en cas de fournisseurs multiples
 - La conclusion des marchés
 - Les nouvelles dispositions applicables aux marchés à bons de commande (point jurisprudentiel)
 - La dématérialisation des procédures
- **LES PIÈCES CONSTITUTIVES DES MARCHÉS FORMALISÉS**
 - L'examen des candidatures et des offres
 - La présentation des candidatures et des offres par les candidats
 - La sélection des candidatures par le pouvoir adjudicateur
 - Analyse et classement des offres et choix de l'attributaire
- **L'ACHÈVEMENT DE LA PROCÉDURE ET LE CONTRÔLE DES MARCHÉS**
- **LA CONSÉCRATION DES MARCHÉS À PROCÉDURE ADAPTÉE (MAPA)**
- **L'EXÉCUTION DES MARCHÉS**
 - Le règlement financier (le nouveau régime des avances, acomptes et paiements)
 - Garanties, cession ou nantis
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

SPUBMP-MEM1

Performer son mémoire technique - Niveau I

- **DURÉE :** 1 jour (7h)
- **TARIF :** Paris - 715 € HT
Province - 715 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 8/01 - 19/02 - 24/03 - 9/04 - 28/05 - 25/06 - 16/07 - 27/08 - 24/09 - 20/10 - 19/11 - 15/12 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Chefs d'entreprises, métreaux, assistant(e)s et toute personne en charge de rédiger les offres de marchés publics.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Construire votre mémoire technique et remporter des marchés publics.

A l'issue de ce stage, le participant sera capable de s'approprier la méthodologie pour construire un bon mémoire technique. Vous comprendrez les attentes des acheteurs,

- **RAPPEL JURIDIQUE SUR LES MARCHÉS PUBLICS**
 - Les différents types de marchés
 - Les différentes procédures de marchés
 - Seuil de publicité
- **ANALYSE DES PIÈCES DU MARCHÉ (IDENTIFIER LES ÉLÉMENTS CLEFS)**
 - Les documents du marché de l'AAPC au CCTP
 - Quels sont les points clés de chaque document ?
- **LES CRITÈRES DE SÉLECTION DE LA CANDIDATURE ET DE L'OFFRE**
 - Consultation côté pouvoir adjudicateur ?
 - L'analyse de la candidature
 - L'analyse de l'offre
- **MÉMOIRE TECHNIQUE**
 - À quoi sert-il ? À qui est-il destiné ?
 - Le contenu
 - Le plan type
 - La méthodologie de constitution
 - Dans le cadre d'une réponse électronique
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud



SPUBMP-MEM2

Performer son mémoire technique - Niveau 2

A l'issue de ce stage, le participant sera capable de donner confiance A l'acheteur, de montrer son professionnalisme, avoir un mémoire technique de qualité A la hauteur des savoir-faire de votre entreprise.

■ DURÉE :	1 jour (7h)
■ TARIF :	Paris - 715 € HT Province - 715 € HT
■ DATES (de début de session) :	- 9/01 - 24/02 - 27/03 - 14/04 - 29/05 - 30/06 - 17/07 - 28/08 - 29/09 - 27/10 - 24/11 - 17/12 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr	
■ PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
■ PUBLIC CONCERNÉ	Personnes en charge de la préparation des dossiers de marchés publics ou ayant des connaissances de bases sur les outils bureautiques.
■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	- Valoriser sur la forme vos documents de réponse - Faire évoluer votre propre mémoire technique - Gagner du temps en maîtrisant avec plus d'aisance les outils bureautiques.

■ PERSONNALISER LE DOCUMENT AU COULEUR DE L'ENTREPRISE

- Logo
- Couleur de police
- Présentation de la première page

■ CONSTRUIRE UN DOCUMENT STRUCTURÉ

- Utiliser les styles hiérarchiques pour définir les titres
- Insérer le sommaire automatique
- Définir les en-têtes et pieds de page

■ NUMÉROTATION DES PAGES

■ MISE EN OEUVRE SUR LES MÉMOIRES TECHNIQUES DES STAGIAIRES

■ INTÉGRER DES ILLUSTRATIONS

- Compresser, retoucher, alléger, stocker des images
- Insérer un organigramme
- Illustrer un processus, une organisation avec un diagramme SmartArt (exemple : traitement d'un appel SAV)

■ PRÉSENTER L'INFORMATION DANS DES TABLEAUX ET DES COLONNES

- Insérer un tableau, un graphique Excel
- Fusionner et fractionner des cellules
- Mise en forme du tableau

■ AUTRES TRUCS ET ASTUCES

- Remplir un formulaire en PDF
- Réutiliser leurs contenus (présentation d'utilitaires gratuits)

■ QUIZZ

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



SPUBMP-DUR

Répondre efficacement aux questions développement durable

■ DURÉE :	1 jour (7h)
■ TARIF :	Paris - 715 € HT Province - 715 € HT
■ DATES (de début de session) :	- 26/02 - 28/04 - 18/06 - 4/08 - 22/10 - 10/12 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr	
■ PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
■ PUBLIC CONCERNÉ	Toute personne en charge de répondre aux marchés publics ou en charge d'organiser la mise en place de la RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises) dans l'entreprise.
■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	- Connaître les enjeux de la RSE pour les entreprises et les collectivités - Identifier les pratiques responsables de votre entreprise et savoir les valoriser - Obtenir de meilleures notes sur votre mémoire technique.

■ CONNAÎTRE LES ENJEUX ET OBLIGATIONS EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

- Connaître les enjeux du développement durable
- Les engagements côté entreprises et collectivités
- Les obligations légales
- Glossaire

■ IDENTIFIER ET VALORISER LES PRATIQUES DE L'ENTREPRISE

- Les grands domaines d'action à repérer
- Les parties prenantes à contacter
- Faire un état des lieux exhaustif de vos pratiques
- Proposition d'un plan type

■ LA DIMENSION « RESPONSABLE » EN MATIÈRE DE PRODUITS / SERVICES OU TRAVAUX

- Les labels et les démarches environnementales
- Comment valoriser la performance responsable de vos produits / services ou travaux
- Exemples et exercices de mise en valeur de votre démarche

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



SPUBMP-GPR

Répondre en groupement aux marchés publics

- **DURÉE :** 1 jour (7h)
- **TARIF :** Paris - 715 € HT
Province - 715 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 22/01 - 30/04 - 21/07 - 29/10 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Chefs d'entreprises, métreurs, responsables d'études, responsables commerciaux ou toute personne en charge de rédiger les offres de marchés publics.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
- Réussir une réponse en groupement pour vous aider à remporter des marchés publics.

■ RAPPEL JURIDIQUE SUR LES MARCHÉS PUBLICS

■ POURQUOI LE GROUPEMENT

- Du point de vue des entreprises
- Du point de vue du maître d'ouvrage
- Du point de vue du maître d'oeuvre

■ QUELLE FORME POUR LE GROUPEMENT

- Groupement solidaire
- Groupement conjoint
- Le mandataire
- La sous-traitance

■ LA RÉPONSE AUX MARCHÉS PUBLICS

- Comment former le groupement en phase appel d'offre
- Organiser la réponse du groupement à l'appel d'offre
- Mettre en avant le groupement dans le mémoire technique
- Les pièces administratives de la réponse

■ L'EXÉCUTION DU MARCHÉ

- Le réfèrent unique du groupement (mandataire)
- Le coordinateur du groupement (pilote, chef de chantier...)
- Comment gérer les rapports inter-entreprises
- Comment gérer les rapports avec le maître d'oeuvre et maître d'ouvrage
- L'organisation pratique du chantier (études, exécution...)
- Les outils de gestion (planning, supports papier unifiés...)

■ RETOUR SUR EXPÉRIENCE

- Les points clefs pour réussir le groupement
- Comment éviter les pièges
- Les outils de la gestion de projet et travail collaboratif

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



SPUBMP-NEG

Réussir sa négociation dans les marchés publics

- **DURÉE :** 1 jour (7h)
- **TARIF :** Paris - 715 € HT
Province - 715 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 18/02 - 15/04 - 23/06 - 1/09 - 12/11 -
Toutes nos dates sur www.m2ifformation.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Chefs d'entreprises, responsables commerciaux et responsables des marchés publics.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
- Maîtriser les dispositions du code des marchés publics sur la négociation
- Mettre en pratique les meilleures techniques de négociation.

■ LES PRINCIPES DE LA NÉGOCIATION DANS LES MARCHÉS PUBLICS

- Pourquoi la négociation ?
- Une relation gagnant - gagnant

■ LE CADRE JURIDIQUE DE LA NÉGOCIATION

- Les cas de recours à la négociation
- Les impacts sur la procédure
- Comment est préparée une négociation côté pouvoir adjudicateur ?

■ ANTICIPER LA FUTURE NÉGOCIATION LORS DE LA RÉPONSE À UN MARCHÉ PUBLIC

- Les documents du marché de l'AAPC au CCTP
- Quels sont les points clefs de chaque document ?
- Sur quels éléments peut porter la négociation ?

■ CONSEILS POUR MENER UNE NÉGOCIATION EFFICACE

- Anticiper les objections
- Construire son argumentation
- Être à l'aise lors de la prise de parole
- Conclure la négociation

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



SPUBMP-ADFI

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1430 € HT
Province - 1430 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 23/03 - 29/06 - 23/11 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne amenée à assurer le suivi et la gestion des marchés publics.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Gérer le suivi du marché au niveau technique, administratif, financier et comptable
 - Programmer les échéances de diverses opérations de suivi et de contrôle
 - Prévenir les risques de litiges en phase d'exécution.

Assurer le suivi administratif et financier des marchés publics

- **SUIVI TECHNIQUE ET ADMINISTRATIF DES MARCHÉS**
 - Cerner les principales obligations du marché et la répartition des responsabilités entre le pouvoir adjudicateur et le titulaire
- **LES DROITS ET OBLIGATIONS DU POUVOIR ADJUDICATEUR ET DU TITULAIRE DU MARCHÉ**
- **GÉRER LES MODIFICATIONS DU MARCHÉ INITIAL**
- **ACTUALISATION ET RÉVISION D'UN PRIX**
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

SPUBMP-CONT

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **TARIF :** Paris - 1430 € HT
Province - 1430 € HT
- **DATES** (de début de session) :
- 22/01 - 18/06 - 15/10 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- **PUBLIC CONCERNÉ**
Agents en charge des dossiers marchés publics et ayant une solide expérience en marchés publics.
- **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Maîtriser les moyens coercitifs en vue d'assurer une prévention et un règlement amiable des litiges
 - Connaître les mécanismes des procédures juridictionnelles.

Les contentieux en marchés publics

- **INTRODUCTION**
 - Le projet de directive recours
- **LA PRÉVENTION DES CONTENTIEUX**
 - La détermination des principales causes de litiges
 - Les litiges financiers, techniques ou juridiques
 - La sécurisation de la procédure de conclusion du contrat
 - Choix du mode de consultation appropriée et suivi de la procédure d'attribution
 - Les modes de règlement amiable des litiges
 - La négociation, la transaction, l'arbitrage et la conciliation
- **LE CONTENTIEUX DE L'ATTRIBUTION DU CONTRAT**
 - La procédure du référé précontractuel
 - Article L 551-1 du Code de justice administrative
 - La directive recours
 - Conditions de recevabilité
 - Intérêt à agir
 - Qualité à agir
 - Les effets du recours
 - Analyse de la jurisprudence du Conseil d'Etat SMIRGEOMES du 3 octobre 2008
 - Le recours à l'encontre du contrat
 - Rappel de l'évolution jurisprudentielle : de la théorie des actes détachables au recours «Tropic Travaux Signalisation»
 - Conséquences pour les acheteurs publics : les mesures de publicité appropriée
 - Le recours indemnitaire
 - Les conditions du recours indemnitaire
 - Une faute
 - Une préjudice
 - Un lien de causalité directe
 - Le déféré préfectoral
 - Conditions de recevabilité du référé préfectoral
- **LE CONTENTIEUX DE L'EXÉCUTION DU CONTRAT**
 - Le référé provision
 - Cas d'ouverture et de recevabilité du référé provision en matière de marché public
 - Le référé expertise
 - Utilité et procédure du référé expertise : les pièces à éviter
 - Le recours devant le juge du contrat
 - Cas contentieux liés à l'exécution du contrat
 - Travaux supplémentaires
 - Etablissement du DGD...
- **LES AUTRES CONTENTIEUX LIÉS AUX MARCHÉS PUBLICS**
 - Le délit de favoritisme
 - Les éléments constitutifs de l'infraction
 - Le délit de prise illégale d'intérêt
 - Les éléments constitutifs du délit
- **CONCLUSION**
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

SPUBMP-JUR

Pratico-juridique des marchés publics

- DURÉE :** 1 jour (7h)
- TARIF :** Paris - 715 € HT
Province - 715 € HT
- DATES** (de début de session) :
- 20/01 - 26/03 - 12/05 - 9/07 - 17/09 - 17/11 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne ayant la pratique de la réponse aux marchés publics.
- OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Appréhender les nouveautés du code des marchés publics
 - Maîtriser les différentes passations de marchés publics et les impacts pour l'entreprise
 - Mieux répondre et optimiser votre réponse.

- **LES PRINCIPES DE L'ACHAT PUBLIC**
 - Sources juridiques de l'achat public
 - Les objectifs du code des marchés publics
 - L'organisation de l'achat au sein des collectivités
- **LA MAÎTRISE DES MODES DE PASSATION**
 - Les procédures adaptées (MAPA)
 - L'appel d'offres ouvert et restreint
 - Le dialogue compétitif
 - Procédures négociées
 - Accords-cadres et systèmes d'acquisition dynamique
- **OPTIMISER SA RÉPONSE**
 - La lecture des documents
 - Les pièces constitutives de la consultation
 - Les pièces constitutives de la réponse
- **L'ATTRIBUTION D'UN MARCHÉ**
 - L'attribution d'un marché
 - Les cas de rejet d'une offre
 - Les documents communicables à l'entreprise
 - Le contentieux et la jurisprudence
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud



SPUBMP-AO

Préparer et lancer un appel d'offre dans le secteur public

- DURÉE :** 2 jours (14h)
- TARIF :** Paris - 1430 € HT
Province - 1430 € HT
- DATES** (de début de session) :
- 12/03 - 28/09 -
Toutes nos dates sur www.m2information.fr
- PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
- PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne chargée de la préparation et de la rédaction des dossiers de consultation des entreprises.
- OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
 - Appréhender les différentes diversités des contrats publics
 - Proposer un montage contractuel pertinent
 - Rédiger des pièces de marché adaptées
 - Savoir rédiger les clauses à risques de vos cahiers des charges.

- **CONNAÎTRE LES PRINCIPES DU DROIT DES CONTRATS**
 - Les grands principes du droit des contrats administratifs
 - Les rôles, les droits et les responsabilités des principaux intervenants dans le cadre des différents montages
- **LES DIFFÉRENTS TYPES CONTRACTUELS EXISTANTS ET LEURS SPÉCIFICITÉS**
 - Les marchés publics
 - les marchés de travaux, de fournitures et de services
 - les différentes formes de marchés
- **DÉTERMINER LES MODALITÉS ESSENTIELLES**
 - Les clauses relatives à l'objet, la durée
 - Les clauses relatives au partage de responsabilité
 - Les clauses relatives à l'exécution financière et administrative
- **LES PIÈCES CONSTITUTIVES D'UN MARCHÉ**
 - les pièces obligatoires selon le type de marchés
 - Le CCAP, le CCTP, le règlement de consultation, l'acte d'engagement..
- **LES QUESTIONS À SE POSER**
 - Exprimer avec pertinence le besoin
 - Les outils nécessaires à la définition des besoins
 - Préparation implicite des critères de choix pour l'étape d'analyse des candidats
- **RÉDIGER LE CAHIER DES CHARGES ET LE CCTP**
 - La présentation du contenu du cahier des charges fonctionnel
 - La transcription de l'analyse fonctionnelle sous forme de cahier des charges fonctionnel
- Le passage du cahier des charges fonctionnel au CCTP
- Cerner les pièges à éviter dans la rédaction de votre règlement de consultation
- Mentions obligatoires à faire apparaître
- Rédiger en toute sécurité juridique les renseignements d'ordre financier et technique
- Présenter les critères utilisés dans le choix de l'offre et le système de pondération corrélé
- La rédaction de vos publicités
- les informations à insérer dans ses publicités
- les erreurs à éviter
- **SYNTHÈSE DE LA SESSION**
 - Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
 - Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
 - Bilan oral et évaluation à chaud

■ DURÉE :	1 jour (7h)
■ TARIF :	Paris - 715 € HT Province - 715 € HT
■ DATES (de début de session) :	- 20/02 - 26/06 - 25/11 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr	
■ PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
■ PUBLIC CONCERNÉ	Toute personne amenée à analyser des candidatures et des offres.
■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	<ul style="list-style-type: none"> - Sélectionner des critères de choix pertinents dès la préparation du dossier de consultation - Préparer une grille d'analyse en y intégrant les différents critères et leur pondération - Appliquer des méthodes d'analyse permettant de justifier clairement et objectivement vos choix.

■ LES MODALITÉS DE TRANSMISSION DES CANDIDATURES ET DES OFFRES

- La disparition du système de la double enveloppe (réforme du 19 décembre 2008)
- La transmission par voie électronique
- Les modalités de transmission par voie électronique
- Echéance du 1er janvier 2010
- La publication du DCE sur un profil d'acheteur

■ LA SÉLECTION DES CANDIDATURES

- Quelle forme de candidature
- Le candidat individuel
- Le groupement solidaire, conjoint, conjoint avec mandataire solidaire
- La sous-traitance
- Le contenu du dossier de candidature (anciennement 1ère enveloppe)
- Les articles 43, 44 et 45 du Code des marchés publics (DC4 et DC5)
- L'arrêté du 28 août 2006
- La question des références en matière de prestations de service
- La sélection des candidats dans les procédures formalisées
- La vérification du caractère complet du dossier
- L'élimination des candidats ne pouvant soumissionner en application de l'article 43 du Code des marchés publics
- La technique des niveaux minimaux de capacité (réforme du 19 décembre 2008)
- La sélection des candidatures et la connaissance extérieure du pouvoir adjudicateur sur l'incompétence du candidat

■ LE CHOIX DE L'OFFRE (ÉCONOMIQUEMENT LA PLUS AVANTAGEUSE)

- Le principe du cloisonnement entre critères de sélection des candidatures et critères de sélection des offres
- La position du juge communautaire
- La position du juge français
- Le contenu de l'offre (anciennement seconde enveloppe intérieure)
- La notion d'offre de base
- La notion d'offres variantes
- La notion d'option
- Les critères de sélection des offres
- Critère unique ou pluralité de critères
- Critères non discriminatoires et liés à l'objet du marché
- Pondération ou hiérarchisation des critères
- Qui fixe les critères de sélection des offres
- Méthode pour le choix des critères
- L'intelligibilité
- L'aide à la sélection non discriminatoire
- L'exhaustivité
- La non redondance
- Les critères autres que financiers
- La valeur technique
- Les performances en matière de protection de l'environnement
- Le service après vente
- Quid des critères sociaux
- La sélection de l'offre économiquement la plus avantageuse
- Les offres irrégulières
- Les offres inacceptables
- Les offres inappropriées

■ LES SUITES DE LA PROCÉDURE

- La vérification de la situation fiscale et sociale de l'attributaire pressenti
- Le mécanisme des articles 43 et 46 du Code des marchés publics
- L'article 46 du Code des marchés publics : DC6 et DC7
- L'information des candidats évincés
- En procédure adaptée
- En procédure formalisée

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

SPUBMP-MAIL

Maîtriser la réponse électronique aux marchés publics

A l'issue de ce stage, le participant sera capable de s'approprier une méthode d'organisation efficace, les bonnes pratiques pour présenter un mémoire technique dématérialisé dans les règles de l'art et les bons réflexes pour déposer ses plis en toute confiance et sérénité.

■ **DURÉE :** 1 jour (7h)

■ **TARIF :** Paris - 715 € HT
Province - 715 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 6/01 - 3/02 - 3/03 - 2/04 - 5/05 -
2/06 - 2/07 - 6/08 - 3/09 - 1/10 - 3/11
- 1/12 -

Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne en charge de la préparation des dossiers de marchés publics. Et toute personne en charge d'organiser la mise en place de la dématérialisation dans l'entreprise.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Connaître les points clés de la dématérialisation des offres
- S'informer sur les exigences nouvelles du code des marchés
- Identifier les points clés pour réussir vos réponses électroniques
- Vous entraîner à répondre à un appel d'offres par voie électronique.

■ CONNAÎTRE LES NOUVELLES RÈGLES DE RÉPONSE AUX APPELS D'OFFRES PUBLICS

- Evolution réglementaire concernant les seuils et la dématérialisation
- La dématérialisation et le code des marchés publics

■ ORGANISER SA DÉMATÉRIALISATION

- Les différents documents à dématérialiser
- Matériels et logiciels nécessaires
- L'organisation humaine

■ METTRE EN PLACE UNE VEILLE COMMERCIALE AUTOMATISÉE

- Les plate-formes internet
- Les différents sites de veille et les agents de recherche
- Organiser sa veille commerciale sans effort

■ LE CERTIFICAT DE SIGNATURE ÉLECTRONIQUE (CSE)

- Les offres de CSE sur le marché, coûts et règles d'utilisation
- Utiliser un CSE pour répondre aux appels d'offres

■ SIMULER UNE RÉPONSE ÉLECTRONIQUE À PARTIR D'UN APPEL D'OFFRE RÉEL

- Recherche et retrait d'offres par voie électronique
- Dépôt de l'offre sur les diverses plate-formes
- Démonstration de l'ouverture de plis électroniques côté commission d'appel d'offres

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



SPUBMP-CERT

Certificat et signature électronique - entreprises et collectivités

■ **DURÉE :** 1 jour (7h)

■ **TARIF :** Paris - 715 € HT
Province - 715 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 13/01 - 5/02 - 5/03 - 7/04 - 7/05 -
4/06 - 7/07 - 11/08 - 8/09 - 6/10 - 5/11
- 3/12 -

Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ PRÉ-REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne en charge d'un projet de dématérialisation.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Connaître les référentiels juridiques, techniques du certificat électronique ainsi que ses usages
- Connaître les aspects juridiques, techniques de la signature électronique
- Identifier les points clés pour réussir la mise en oeuvre d'un projet ou d'une application de dématérialisation.

■ CERTIFICAT ÉLECTRONIQUE

- Définition
- Aspect juridique
- Notion de PKI
- Les différents types de certificats et leurs usages

■ CONNAÎTRE LES RÉFÉRENTIELS EN MATIÈRE DE CERTIFICAT ÉLECTRONIQUE

- Présentation de la politique de référencement intersectorielle de sécurité
- Présentation du référentiel général de sécurité

■ EXEMPLES D'USAGES ET D'APPLICATIONS DU CERTIFICAT ÉLECTRONIQUE

- Les différents types de certificats (serveur, d'authentification, signature et chiffrement)
- Usages et démonstrations

■ SIGNATURE ÉLECTRONIQUE

- Définition, normes et référentiel juridique
- La valeur juridique en France et à l'étranger
- Principe de la signature électronique
- Différence entre signature simple et qualifiée
- Comment vérifier une signature électronique
- Démonstration de solutions

■ RECOMMANDATIONS EN MATIÈRE DE DÉPLOIEMENT

- Dans l'application et l'usage de certificat dans son organisation
- Dans les échanges avec des tiers
- Dans le déploiement de solutions de dématérialisation

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



SPUBMP-RGS

DURÉE :	1 jour (7h)
TARIF :	Paris - 715 € HT Province - 715 € HT
DATES (de début de session) :	- 15/01 - 10/02 - 10/03 - 16/04 - 19/05 - 9/06 - 16/07 - 13/08 - 10/09 - 8/10 - 10/11 - 8/12 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr	
PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
PUBLIC CONCERNÉ	Toute personne liée à la sécurité, aux systèmes d'information et à la dématérialisation.
OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	- Connaître le contenu du RGS - Evaluer les exigences précises - Déterminer les impacts sur le SI et son organisation - Evaluer les solutions envisageables pour construire un plan projet.

Référentiel Général de Sécurité - collectivités

■ LE CONTENU DU RGS, IMPLICATIONS ET CONSÉQUENCES

- De la PRIS au RGS
- Contexte historique et raison de la transition
- Contenu du décret et de l'arrêté
- Labels
- ANSSI
- Procédures de qualification et de référencement
- Evolutions du RGS à anticiper

■ LES NOUVELLES EXIGENCES PRATIQUES DÉCOULANT DU RGS

- Règles, bonnes pratiques et exigences contenues dans le RGS
- Exigences relatives aux autorités de certification
- Exigences relatives aux prestataires de services d'horodatage
- Les profils de protection (PP)
- La «Trusted Service Status List» (TSL)
- Normes et standards applicables

■ LES IMPACTS DU RGS SUR LES SI, LES ORGANISATIONS, LES OUTILS ET LES SOLUTIONS

- Adapter les moyens aux enjeux
- Impacts sur le système d'information et sur les applications
- Impacts potentiels sur l'organisation
- Internalisation ou externalisation, facteurs de choix

■ LA CONSTRUCTION D'UN PLAN PROJET DE MISE EN OEUVRE EFFICACE DU RGS

- Le processus projet RGS
- Moyens à mettre en oeuvre
- Acteurs et outils disponibles
- Ordres de grandeurs
- Budgets et délais

- Conduite du changement
- Facteurs clés de succès
- Référentiel documentaire

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



SPUBMP-DMATS

DURÉE :	1 jour (7h)
TARIF :	Paris - 715 € HT Province - 715 € HT
DATES (de début de session) :	- 27/01 - 12/02 - 12/03 - 21/04 - 21/05 - 11/06 - 23/07 - 18/08 - 15/09 - 13/10 - 12/11 - 22/12 -
Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr	
PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
PUBLIC CONCERNÉ	Elus, directeurs de services, chefs de projets dématérialisation.
OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	- Maîtriser les paramètres de la numérisation de documents - Gérer votre organisation documentaire (mails, papier, documents numériques) - Présenter des solutions de GED (Gestion Electronique de Documents) - Maîtriser les usages de la signature électronique (signature de PDF, mails, co-signature de documents) - Utiliser des solutions d'archivages à valeur légale : différence entre sauvegarde informatique, archivage et archivage à valeur légale.

Les solutions de dématérialisation - entreprises et collectivités

■ OPTIMISER LES DOCUMENTS NUMÉRIQUES EN MAÎTRISANT LES OUTILS DE NUMÉRISATION

- Repenser les versions électroniques des documents
- Les paramètres d'une numérisation réussie (qualité, poids des fichiers)
- Quelles solutions pour sa collectivité

■ OPTIMISER SON ORGANISATION DOCUMENTAIRE (GED, PARAPHEUR ÉLECTRONIQUE)

- Définition, principe, objectifs
- Organiser et structurer sa base documentaire (mails, papier, documents électroniques ?)
- Démonstration de matériels et logiciels de GED et parapheur

■ MAÎTRISER LES USAGES DU CERTIFICAT ÉLECTRONIQUE

- Comment utiliser son certificat pour garantir ses échanges électroniques
- Quels outils de signature ?
- Comment vérifier une signature
- Comment réaliser une co-signature ?
- Démonstration de solutions de signature électronique

■ ARCHIVER AVEC UNE VALEUR LÉGALE VOS DOCUMENTS

- Différence entre sauvegarde informatique, archive informatique et archivage à valeur légale
- Quel archivage pour quels documents pour quelle durée ?
- Démonstration de solution d'archivage électronique, de «coffre-fort électronique»

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



SPUBMP-DMATR

Réussir la dématérialisation de ses marchés publics - collectivités

■ **DURÉE :** 1 jour (7h)

■ **TARIF :** Paris - 715 € HT
Province - 715 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 29/01 - 17/02 - 17/03 - 23/04 - 26/05
- 16/06 - 28/07 - 20/08 - 22/09 - 15/10
- 26/11 - 29/12 -

Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite aucun prérequis.

■ **PUBLIC CONCERNÉ**
Responsables marchés ou de la commande publique, personnels du service "commande publique", élus...

■ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
- Connaître vos nouvelles obligations
- Adapter vos pratiques à la dématérialisation
- Préparer la nouvelle échéance
- Maîtriser la notion de certificat électronique, signature électronique, délégation

■ PRINCIPE DE LA DÉMATÉRIALISATION DES MP

- Les nouvelles obligations
- Commentaire du guide de la dématérialisation (parution de la DAJ)
- Les attentes de l'Europe, l'Etat et des entreprises

■ OPTIMISER VOTRE PROCÉDURE D'ACHAT DÉMATÉRIALISÉE

- Prérequis organisationnels (organiser vos délégations...)
- Prérequis techniques
- Prérequis documentaire (quel format de document, traitement de documents volumineux...)

■ COMMENT INCITER LES ENTREPRISES À RÉPONDRE PAR VOIE ÉLECTRONIQUE

- Rappel du contexte des différentes enquêtes
- Comment inciter la confiance vis-à-vis des entreprises
- Optimiser vos documents de marchés (RC,CCAP...)
- Analyse de vos documents et benchmark avec d'autres DCE
- Savoir encourager les candidats en respectant l'égalité de traitement

■ SÉCURISER L'ATTRIBUTION D'UN MARCHÉ DÉMATÉRIALISÉ

- Quelle organisation ?
- Quels éléments humains, techniques nécessaires ?
- Principe du certificat et de la signature électronique
- Comment vérifier la validité des documents signés ?
- Que faire si le document a été signé par un logiciel de signature différent de celui de la plateforme ?
- Comment organiser la co-signature électronique de l'acte d'engagement ?

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



SPUBMP-ORA

Préparation au concours : présentation à l'oral

■ **DURÉE :** 2 jours (14h)

■ **TARIF :** Paris - 1300 € HT
Province - 1300 € HT

■ **DATES** (de début de session) :
- 5/01 - 11/05 - 10/09 -

Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr

■ **PRÉ-REQUIS**
Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

■ **PUBLIC CONCERNÉ**
Toute personne préparant un concours administratif.

■ **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**
- Avoir des points de repères sur les attentes du jury
- Vous approprier une méthodologie de synthèse et de mise en avant de vos points forts.

A l'issue de ce stage, le participant sera capable de se donner des points de repères sur les attentes du jury, s'approprier une méthodologie de synthèse et de mise en avant de ses points forts A l'oral

■ DONNER DU SENS À L'ÉPREUVE ORALE

- Le déroulement de l'épreuve préparée par les participants
- Les spécificités de l'oral
- Les exigences de l'oral
- Les attentes du jury

■ IDENTIFIER SES ATOUTS ET SES FREINS DANS UNE SITUATION D'ORAL

- Prendre conscience de l'impact de sa voix
- Maîtriser le non verbal
- Gérer son stress face au jury

■ MAÎTRISER LA RIGUEUR DU LANGAGE ORAL

- Le cadre de référence
- Les différents registres lexicaux
- La précision du langage
- La concision du message
- Reformuler pour bien valider les questions du jury

■ PRÉPARER L'EXPOSÉ ORAL

- Mise en place du cadre de l'exposé devant le jury
- Sélection et exposition des points essentiels
- Préparation du plan de son intervention

■ PRENDRE EN MAIN SON INTERVENTION

- Prendre la parole
- Se présenter
- L'exposé devant le jury
- Remercier et quitter l'auditoire

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud



SPUBMP-ECR

Préparation au concours : réussir ses écrits

■ DURÉE :	2 jours (14h)
■ TARIF :	Paris - 1300 € HT Province - 1300 € HT
■ DATES (de début de session) :	- 19/03 - 17/08 - Toutes nos dates sur www.m2iformation.fr
■ PRÉ-REQUIS	Cette formation ne nécessite pas de prérequis.
■ PUBLIC CONCERNÉ	Toute personne amenée à préparer un concours.
■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES	- Lire et analyser un sujet - Exploiter et rédiger.

■ LES ATTENDUS DU CONCOURS

- Définir les types de notes aux concours
- Lire et analyser le texte organisateur
- Mesurer la place octroyée à la note

■ LES RAPPORTS DE JURYS

- Identifier les souhaits des jurys
- Examiner ce qu'ils déplorent
- Écouter les conseils prodigués

■ LE SUJET DE LA NOTE

- S'y attarder pour gagner du temps
- Détecter les mots-clés des recherches
- Saisir les indications de plan

■ LA LECTURE DU SUJET

- Analyser des sujets d'annales
- Commenter les thèmes à retenir
- Préciser le plan à adopter

■ LE DOSSIER À EXPLORER

- Identifier les documents disponibles
- Repérer les informations cruciales
- Accorder l'importance propre à chacune

■ L'EXPLOITATION DES DOCUMENTS

- Analyser des dossiers d'annales
- Commenter l'ordre des documents
- Préciser les lectures à privilégier

■ LE PLAN DE RÉDACTION

- Connaître les plans disponibles
- Privilégier le plan sollicité
- Répartir les informations collectées

■ LA RÉDACTION DE LA NOTE

- Argumenter, expliquer, justifier
- Utiliser les mots de liaison
- Savoir titrer et présenter

■ LA SYNTAXE CORRECTE

- Former des phrases claires
- Veiller à la concision des termes
- Surveiller les fautes courantes

■ L'ORGANISATION DE L'ÉPREUVE

- Répartir le temps de l'épreuve
- Rédiger sans brouillon
- Se préparer pour le jour J

■ LA SANTÉ DU CANDIDAT

- Penser au corps autant qu'à l'esprit
- Gérer le stress de l'épreuve
- Surmonter le creux de la troisième heure

■ MISE EN SITUATION

- Vivre l'épreuve comme au concours
- Bénéficier de l'appui du formateur
- Identifier les écueils personnels

■ SYNTHÈSE DE LA SESSION

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en œuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

VOTRE INSCRIPTION ÉTAPE PAR ÉTAPE

1 - Vous choisissez votre formation

Dans notre catalogue

Sur notre site web www.m2iformation.fr

Dans notre catalogue interactif (www.m2iformation.fr)

2 - Vous complétez le bulletin d'inscription

en page 147 et l'adressez par fax 01 44 53 36 10 (fax centralisé) ou au N° de fax de votre centre régional habituel (coordonnées complètes fin de catalogue)

Ou

Vous effectuez une pré-inscription sur notre site web

Inscription Express www.m2iformation.fr

Ou

Vous adressez un e-mail à notre service clients :

client@m2iformation.fr en stipulant la formation choisie, les dates et le lieu ainsi que l'ensemble de vos coordonnées postales et téléphoniques

Ou

Vous pouvez également nous adresser votre bulletin d'inscription par courrier à M2i Formation

146-148 rue de Picpus 75012 Paris ou nous contacter au 0 810 007 689

3 - Dans tous les cas, vous recevez une confirmation de votre inscription

Si toutefois, le stage était complet à la date souhaitée, votre conseiller formation vous proposera d'autres dates

4 - Vous recevrez ensuite une convocation et un plan d'accès

pour vous rendre à votre formation

Si vous hésitez sur le choix de votre formation, vous souhaitez obtenir un devis personnalisé ou des informations sur le financement de votre formation, faites-vous aider par nos conseillers formation :



PRIX D'UN APPEL LOCAL DEPUIS UN POSTE FIXE

Nous simplifions au maximum les formalités administratives ; nos convocations sont adressées par e-mail accompagnées du plan d'accès du centre concerné. Nos conseillers formation peuvent vous adresser des documents complémentaires comme des questionnaires d'évaluation de niveau, des contenus de cours spécifiques, des informations liées à nos méthodes de formation. Vous pouvez également recevoir la liste des hôtels ou restaurants à proximité de nos centres de formation, ou les consulter sur notre site internet.



Bulletin d'inscription

BULLETIN D'INSCRIPTION À RETOURNER PAR FAX AU 01 44 53 36 10 (OU FAX DE VOTRE CENTRE RÉGIONAL HABITUEL)
ou par courrier à M2i Formation, 146-148, rue de Picpus - 75012 PARIS - e-mail : client@m2iformation.fr

ENTREPRISE

Responsable Formation : <input type="checkbox"/> Mme <input type="checkbox"/> Melle <input type="checkbox"/> M.	Nom :	Prénom :
Tél :	Fax :	email :
Raison sociale :	N° client :	
Adresse :		
Code Postal :	Ville :	
N° TVA intracommunautaire :	Code APE/NAF :	
N°SIRET :		

PARTICIPANT N°1

<input type="checkbox"/> Mme <input type="checkbox"/> Melle <input type="checkbox"/> M.	Nom :	Prénom :
Fonction :		
Tél :	Fax :	email :
Formation souhaitée : Intitulé du stage		
Code stage	Dates :	
Centre M2i Formation*:	Tarif € HT :	
Environnement <input type="checkbox"/> PC <input type="checkbox"/> MAC	Votre code avantage (offre Duo+, degriff' stages...):	

*indiquer la ville où doit se dérouler le stage

PARTICIPANT N°2

<input type="checkbox"/> Mme <input type="checkbox"/> Melle <input type="checkbox"/> M.	Nom :	Prénom :
Fonction :		
Tél :	Fax :	email :
Formation souhaitée : Intitulé du stage		
Code stage	Dates :	
Centre M2i Formation*:	Tarif € HT :	
Environnement <input type="checkbox"/> PC <input type="checkbox"/> MAC	Votre code avantage (offre Duo+, degriff' stages...):	

*indiquer la ville où doit se dérouler le stage

PARTICIPANT N°3

<input type="checkbox"/> Mme <input type="checkbox"/> Melle <input type="checkbox"/> M.	Nom :	Prénom :
Fonction :		
Tél :	Fax :	email :
Formation souhaitée : Intitulé du stage		
Code stage	Dates :	
Centre M2i Formation*:	Tarif € HT :	
Environnement <input type="checkbox"/> PC <input type="checkbox"/> MAC	Votre code avantage (offre Duo+, degriff' stages...):	

*indiquer la ville où doit se dérouler le stage

CONDITIONS DE RÈGLEMENT

- Le règlement sera effectué par Virement Chèque bancaire à l'ordre de M2i Formation
 Le règlement sera effectué par un Organisme Paritaire Collecteur Agréé (FAFIEC, AGEFOS, OPCALIA, AFDAS...):

En cas de financement par un OPCA, précisez votre numéro d'adhérent et votre numéro de dossier. L'accord de l'OPCA devra nous être transmis avant le premier jour de la formation.

Organisme :	Votre N° d'adhérent :	Votre N° de dossier :
Adresse :		
Code Postal :	Ville :	
Correspondant : <input type="checkbox"/> Mme <input type="checkbox"/> Melle <input type="checkbox"/> M.	Nom :	Prénom :
Tél :	Fax :	email :

La signature de ce bulletin d'inscription
vaut acceptation des conditions générales de vente

Date : _____

Signature et cachet de la société



Signature et cachet de la société

N°Azur 0 810 007 689

PRIX D'UN APPEL LOCAL DEPUIS UN POSTE FIXE

Conditions générales de vente

Les présentes conditions générales de vente s'appliquent à toutes les formations dispensées par M2i Formation. Toute réservation de formation vaut acceptation des présentes conditions générales de vente.

Réservation

Vous pouvez réserver vos places à l'avance en contactant votre interlocuteur commercial et en lui indiquant vos coordonnées, le cours, sa référence, la date et le nombre de places à réserver. Toute réservation doit faire l'objet d'une confirmation écrite.

Nous insistons sur la nécessité du respect des niveaux requis qui permettent de profiter pleinement des formations dispensées.

Inscription

L'inscription doit se faire sous forme d'un bon de commande à adresser par fax ou par courrier au site de formation concerné ou à votre interlocuteur commercial.

Le bon de commande doit comporter les mentions suivantes :

- Coordonnées de votre société, de la personne en charge du dossier et adresse de facturation si différente,
- Adresse e-mail ou adresse postale complète de convocation du stagiaire si elle est différente de l'adresse principale,
- Nom et prénom du ou des stagiaires,
- Intitulé du stage ou référence M2i Formation,
- Dates du stage,
- Montant de la commande,
- En cas de financement par un Organisme Paritaire Collecteur Agréé (OPCA), la notification de son nom, numéro d'adhérent, numéro de dossier. L'accord de l'OPCA devra nous être transmis avant le premier jour de la formation, à défaut le client sera facturé de l'intégralité du coût du stage.

Convocation

Dès réception du bon de commande, l'inscription est enregistrée. Une convocation est adressée systématiquement aux stagiaires inscrits.

La convocation est envoyée par e-mail au stagiaire. À défaut d'e-mail valide, elle est transmise à la personne en contact avec notre service commercial.

Annulation

Toute annulation ou report d'inscription de la part du client doit être signalée et confirmée par écrit. Une annulation intervenant plus de quatorze jours calendaires avant le début du cours ne donne lieu à aucune facturation. Une annulation intervenant entre 14 et 7 jours calendaires avant le début du cours donne lieu à une facturation égale à 50 % du montant du cours. Une annulation intervenant moins de 7 jours calendaires avant le début du cours donne lieu à une facturation du montant intégral du cours. Pour sa part, M2i Formation se réserve la possibilité d'annuler un stage en cas de nombre d'inscrits insuffisant, de problème d'approvisionnement de supports de cours ou de problème technique. Dans ce cas, les stagiaires inscrits seront prévenus au moins une semaine avant le début du stage et de nouvelles dates leur seront proposées.

Supports de cours

L'utilisation des documents remis lors des cours est soumise aux articles 40 et 41 de la loi du 11 mars 1957 : « toute présentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayant cause est illicite ». L'article 41 de la même loi n'autorise que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et « les analyses et courtes citations, sous réserve que soient indiqués clairement le nom de l'auteur et la source ». Toute représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, ne respectant pas la législation en vigueur constituerait une contrefaçon sanctionnée par les articles 425 et 429 du code pénal.

Non sollicitation

Le client et/ou le stagiaire s'engagent à ne pas solliciter et/ou recruter le formateur réalisant la prestation ou toute autre personne de M2i Formation avec qui il aurait été en contact à l'occasion de sa formation. Cet engagement est valable pendant les 12 mois qui suivent la fin de la formation. Il s'applique au personnel salarié de M2i Formation ainsi qu'aux formateurs vacataires, auto-entrepreneurs, indépendants, contractuels.

Responsabilité

M2i Formation s'engage à réaliser les prestations de formation avec tout le soin et la compétence dont elle dispose et dans le cadre d'une obligation de moyens. La responsabilité de M2i Formation ne pourra être engagée que sur faute prouvée et exclusive de M2i Formation. M2i Formation n'est pas responsable des objets et effets personnels des clients et/ou stagiaires ni des dommages causés au matériel des clients et/ou stagiaires.

La société M2i Formation ne pourra en aucun cas être déclarée responsable de tout dommage, matériel ou immatériel, consécutif ou non, causé directement ou indirectement par les prestations fournies, tel que préjudice commercial ou financier, perte de clientèle, perte d'image de marque, perte de bénéfice, perte de commande, trouble commercial quelconque, perte ou destruction totale ou partielle des données ou fichiers du client, ainsi que toute action émanant de tiers. Sans préjudice de ce qui précède, la responsabilité de M2i Formation, dans l'hypothèse où elle serait mise en jeu au titre des prestations de formation, est expressément limitée au prix effectivement acquitté par le client au titre de la prestation de formation concernée.

Convention de formation

Tout centre de formation M2i Formation est déclaré organisme de formation continue et habilité à ce titre à établir des conventions de formation. Pour faciliter vos démarches administratives, M2i Formation vous fournit des Devis Convention et Facture Convention. A votre demande, nous pouvons aussi vous adresser une convention de formation.

Certification

Les modalités et délais de certification sont donnés à titre indicatif. M2i Formation ne pourra être tenue responsable de modifications d'échéances ou de versions imposées par les éditeurs dont dépendent les certifications.

Facturation

Nos prix sont établis hors taxes, ils sont calculés départ agence. Tout changement de TVA entraînera automatiquement le réajustement des prix TTC. Tout stage commencé est considéré comme dû dans son intégralité. En cas de règlement partiel ou de non règlement par l'OPCA du client, quelle qu'en soit la cause, la facture devient exigible auprès du client.

Conditions de paiement

Nos prestations sont réglables à réception de la facture et sans escompte.

Pour toute ouverture de compte, un acompte de 30 % du montant de la première formation devra être versé au moment de l'inscription.

Délais de paiement

En cas de retard de paiement, les sommes restant dues porteront intérêt de plein droit et sans qu'une mise en demeure soit nécessaire, au taux de 2 % le mois, sans que cette clause nuise à l'exigibilité de la dette.

Attribution de compétences

Les contrats émis par M2i Formation sont soumis au droit français. L'élection de domicile est faite par le site vendeur à son agence commerciale. En cas de contestation relative à l'exécution du contrat de vente ou au paiement du prix, ainsi que de contestations relatives plus particulièrement à l'interprétation ou l'exécution de présentes clauses ou conditions, le Tribunal de Commerce local dont dépend l'agence de formation est seul compétent.

35 centres à votre service

N°Azur 0 810 007 689
PRIX D'UN APPEL LOCAL DEPUIS UN POSTE FIXE

AIX-EN-PROVENCE

Domaine du Tourillon bât B
235 rue Denis Papin
13100 Aix-en-provence
Tél : 04 42 39 31 37
Fax : 04 42 24 38 93
aix@m2information.fr

ANGERS

152 avenue du Général Patton
49000 Angers
Tél : 02 47 48 88 48
Fax : 02 47 48 88 40
angers@m2information.fr

BLOIS

14 rue des Juifs
41000 Blois
Tél : 02 54 74 79 34
Fax : 02 38 62 29 37
blois@m2information.fr

BOURGES

17 avenue des Prés le Roi
18000 Bourges
Tél : 02 38 81 13 40
Fax : 02 38 62 29 37
bourges@m2information.fr

CAEN

La folie Couvrechef
11 rue Alfred Kastler
14000 Caen
Tél : 02 35 19 94 94
Fax : 02 35 41 29 22
caen@m2information.fr

CHÂTEAURoux

Pépinières d'Entreprises
3 place de la Gare
36015 Châteauroux
Tél : 02 38 81 13 40
Fax : 02 38 62 29 37
chateauroux@m2information.fr

DIJON

Maison Diocésaine
9 bis boulevard Voltaire
21000 Dijon
Tél : 03 80 72 39 44
Fax : 04 72 68 99 69
dijon@m2information.fr

EVREUX

Bâtiment Espace du Château
13 avenue du Château
27000 Evreux
Tél : 02 35 60 57 57
Fax : 02 35 60 09 00
evreux@m2information.fr

GRENOBLE

Immeuble Le Doyen
22 avenue Doyen Louis Weil
38000 Grenoble
Tél : 04 76 22 22 20
Fax : 04 76 22 28 45
grenoble@m2information.fr

LE HAVRE

28 voie B
rue des Magasins Généraux
76 600 Le Havre
Tél : 02 35 19 94 94
Fax : 02 35 41 29 22
lehavre@m2information.fr

LE MANS

3 avenue Laënnec
72000 Le Mans
Tél : 02 43 24 89 88
Fax : 02 47 48 88 40
lemans@m2information.fr

LILLE

Parc Horizon de la Haute Borne
4 avenue de l'Horizon
59650 Villeneuve-d'Ascq
Pôle Multimedia
Tél : 03 20 98 17 62
Pôle Informatique
Tél : 03 20 19 07 19
Fax : 03 28 32 35 70
lille@m2information.fr

LYON

Le Terra Mundi
2 place de Francfort
69003 Lyon
Tél : 04 72 68 99 60
Fax : 04 72 68 99 69
lyon@m2information.fr

METZ

Immeuble B6
9 rue Graham Bell
57070 Metz
Tél : 03 87 75 77 03
Fax : 03 87 76 22 61
metz@m2information.fr

MONTPELLIER

Parc Euréka
Business Plaza Bât. 4
159 rue de Thor
34000 Montpellier
Tél : 04 67 82 81 80
montpellier@m2information.fr

MULHOUSE

Parc d'Activités Ulysse
9 avenue d'Italie
68110 Illzach
Tél : 03 90 20 66 00

NANCY

4 allée de la Forêt de la Reine
54500 Vandoeuvre-les-Nancy
Tél : 03 83 90 58 28
Fax : 03 83 41 08 58
nancy@m2information.fr

NANTES

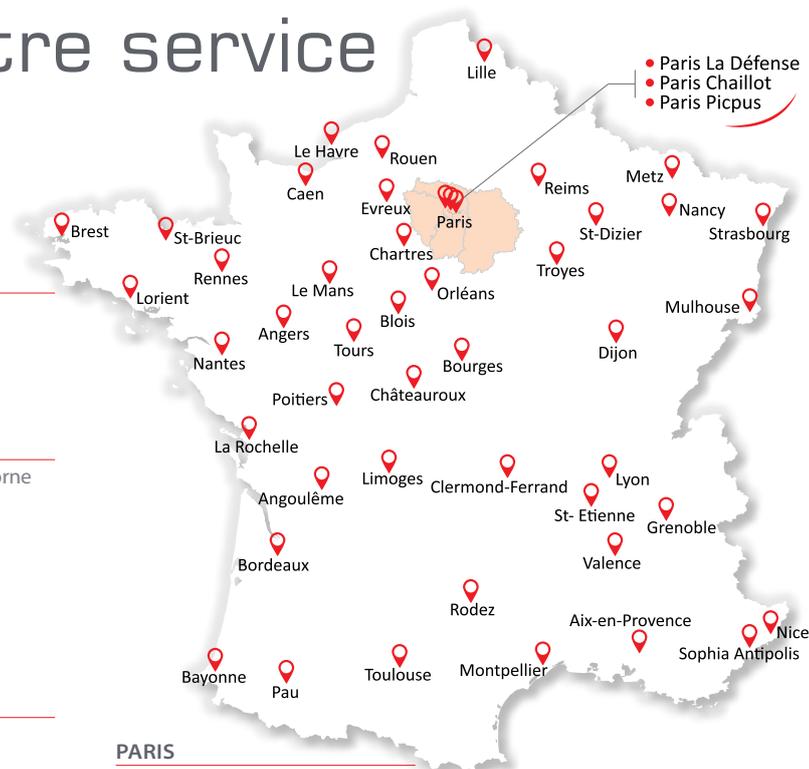
Espace Argoat
3 rue Guglielmo Marconi
44800 St Herblain
Tél : 02 28 01 16 84
nantes@m2information.fr

NICE

Le 1 Paul Montel
1 boulevard Paul Montel
06200 Nice
Tél : 04 92 28 01 54
Fax : 04 93 75 14 53
nice@m2information.fr

ORLÉANS

12 rue Emile Zola
45000 Orléans
Tél : 02 38 81 13 40
Fax : 02 38 62 29 37
orleans@m2information.fr



PARIS

• **PICPUS**
146-148 rue de Picpus
75012 Paris

• **CHAILLLOT**
17-19 rue de Chaillot
75016 Paris

• **LA DEFENSE**
Village 5
50 Place de l'Ellipse
92000 La Défense
Tél : 01 44 53 36 00
Fax : 01 44 53 36 10
paris@m2information.fr

POITIERS

Centre d'affaires Futuropôle
Téléport 4
1 Avenue René Monory
86360 Chasseneuil du Poitou
Tél : 05 49 55 13 75
Fax : 02 47 48 88 40
poitiers@m2information.fr

REIMS

Maison des Agriculteurs
2 rue Léon Patoux
51664 Reims Cedex 2
Tél : 03 26 04 75 06
Fax : 03 25 04 23 69
reims@m2information.fr

RENNES

Espace Antrium
ZAC de la Teillais
rue Jean-Marie David
35740 Pacé
Tél : 0 810 007 689
rennes@m2information.fr

ROUEN

Technoparc des Bocquets
Immeuble Ampère
15 allée Robert Lemasson
76230 Bois-Guillaume
Tél : 02 35 60 57 57
Fax : 02 35 60 09 00
rouen@m2information.fr

SAINT-DIZIER

5 rue de l'Abbé Gruet
52100 Saint-Dizier
Tél : 03 25 04 23 48
Fax : 03 25 04 23 69
saintdizier@m2information.fr

SAINT-ETIENNE

Centre d'Affaires Stéphanois SAS
Immeuble l'Horizon
Esplanade de France
3, Rue Jacques Constant Milleret
42000 Saint-Etienne
Tél : 04 77 42 32 00
Fax : 04 72 68 99 69
saintetienne@m2information.fr

SOPHIA ANTIPOLIS

Marco Polo Bât. A1
790 avenue du Dr Maurice Donat
06250 Mougins Sophia
Antipolis
Tél : 04 92 28 01 54
Fax : 04 93 75 14 53
sophia@m2information.fr

STRASBOURG

Espace Européen de l'Entreprise
Immeuble Le Gallon
11 rue de la Haye
67300 Schiltigheim
Tél : 03 90 20 66 00
Fax : 03 88 29 55 05
strasbourg@m2information.fr

TOURS

26 rue de la Tuilerie
37550 Saint-Avertin
Tél : 02 47 48 88 48
Fax : 02 47 48 88 40
tours@m2information.fr

TROYES

53 rue de la Paix
10000 Troyes
Tél : 03 25 04 23 48
Fax : 03 25 04 23 69
troyes@m2information.fr

VALENCE

L'Epervière
Chemin de l'Epervière
26000 Valence
Tél : 04 72 68 99 60
Fax : 04 72 68 99 69
valence@m2information.fr

Management

- ▶ Management des équipes et des personnes
- ▶ Développement commercial
- ▶ Achats
- ▶ Gestion de projets
- ▶ Relation client
- ▶ Communication
- ▶ Développement personnel
- ▶ Droit du travail et relations sociales
- ▶ Comptabilité et fiscalité
- ▶ Secteur public

Visitez le site web
www.m2iformation.fr



Découvrez le catalogue
« **Informatique, Bureautique
& Multimédia** »

