

# SOMMAIRE

Sage Saari Comptabilité.....	3
Gérer le Stress dans votre Equipe .....	3
Auditer les Processus Qualité et les Risques.....	4
Concevoir Et mettre en œuvre sa Stratégie Marketing .....	4
Maitrise de la Communication en Centre d'Appels .....	5
Développer d'Excellentes Habitudes Commerciales.....	5
Formation des délégués du personnel .....	6
Formation CHSST( Comité Hygiène Sécurité et Santé au travail) .....	6
Management de la Force de Vente.....	7
Finance pour non Financier.....	7
Gestion de la Trésorerie .....	8
Gestion des Equipes et Leadership.....	8
Anglais Professionnel—Technique & Commercial .....	9
Anglais des Affaires .....	9

# Sage Saari Comptabilité

3 Jours

## Objectifs :

A l'issue de ce stage, l'utilisateur sera capable de gérer seul l'activité comptable de son entreprise, tout au long de l'année. Destinataires: Tous les aides comptables, comptables, secrétaires ou autres dont l'environnement de travail nécessite l'utilisation d'un logiciel de comptabilité analytique simple et performant.

## Participants

Tout responsable de projet chargé de l'encadrement de son équipe.

## Prérequis :

## Programme

- Prise en main rapide du logiciel : - Initialisation de société - Paramètres de base
- Généralités sur les saisies - Traitement des clients - Traitement fournisseurs - Saisies classiques - Traitement - Traitement - Editions - Outils
- Générateur d'états - Prise en main de la comptabilité - Initialisation de la société - Configuration des paramètres de base - Les comptes - Analytique budgétaire - Journaux - Chéquiers - Relances clients - TVA - Les traitements des comptes clients - Les saisies classiques - Le traitement périodiques (hors clôture) - Les Editions - Les traitements périodiques : la clôture - Les outils et opérations journalières - Les générateurs d'états Les plus d'Argos Euro Formation Des formations sur mesure: la plupart des stages proposés peuvent être réalisés dans vos locaux. Des horaires adaptés à votre vie professionnelle. La remise de documents de stage à chaque participant (support de cours, cdroms ...). Des évaluations finales qui sont effectuées par nos consultants.
- Principes de base : l'équipe et le rôle du manager
- Maîtriser la communication productive
- Animer son équipe de projet
- Motiver les membres de son équipe projet
- Contrôler le projet

# Gérer le stress dans votre équipe

3 jours

## Objectifs :

La gestion du stress fait aujourd'hui partie des compétences que tout manager a besoin de maîtriser. Cette formation vous apportera les outils et les techniques pour mieux comprendre et gérer votre propre stress et/ou celui de votre équipe.

## Prérequis

Aucune connaissance particulière.

## Participants:

Managers et toute personne en charge de l'animation d'une équipe.

## Programme

- Mieux appréhender le niveau et les causes du stress
- Comprendre le mécanisme du stress.
- Identifier les indicateurs de stress: stress normal, signaux d'alarme et idées fausses à propos du stress.
- Principaux symptômes et conséquences du stress sur la santé de l'individu.
- Repérer les différentes sources de stress professionnel.
- Approche cognitive : les principales erreurs de logique source de stress.
- Identifier mes propres facteurs de stress profession-
- nel et/ou personnel.
- Apprendre à gérer son propre stress**
- Approche " émotion " et approche " problèmes ".
- Apprendre des exercices simples de détente corporelle et de respiration à partir des techniques de la sophrologie (utilisée aussi par les sportifs de haut niveau).
- Prendre du recul sur ses stressseurs internes.
- Le rôle joué par les interprétations et les pensées personnelles.
- Construire son plan de coaching personnel de gestion du stress.
- Gérer le stress lié à la prise de parole en public**
- Comment le stress influence la voix et la capacité d'élocution de l'orateur ?
- Identifier le mécanisme facteur de stress dans la prise de parole en public : le regard des autres, la peur du jugement, les interprétations personnelles...
- S'exercer à la prise de parole et aux interactions avec son auditoire.
- Anticiper pour mieux gérer : comment se préparer mentalement à une prise de parole ? Exercices de visua-

# Auditer les processus qualité et les risques

2 Jours

## Objectifs :

Ce stage pratique permet d'acquérir une méthode pour réaliser des audits de processus efficaces et performants à tous les niveaux de l'entreprise. L'objectif est de perfectionner sa pratique de questionnement, maîtriser son objectivité et développer une approche plus globale et pédagogique de l'audit.

## Participants

Responsable qualité, pilote de processus, auditeur interne, animateur qualité.

## Prérequis :

## Programme

processus comme critères d'audit qualité.

### Finalité des huit principes de management de la qualité

Se rappeler les principes d'un système de management de la qualité. Appréhender la finalité des chapitres de l'ISO 9001. Intégrer l'audit qualité dans l'amélioration continue. Déployer l'approche PDCA (roue de DEMING). Revenir sur la finalité et l'orientation de la norme ISO 19011.

### Intérêt et compréhension de l'approche processus

Identifier les enjeux du management par les processus.

Analyser la cartographie des processus. Introduire une vision systémique. Comprendre la planification mise en oeuvre. Analyser le niveau de maîtrise des activités de processus. Identifier le niveau de maturité des processus. Définir l'implication des acteurs et les interactions des processus. Comprendre le système de mesure et analyser la performance. Recenser les caractéristiques du

### Notion et classification de risques (Démarche AMDEC Processus)

Appréhender le concept d'analyse des modes de dé-

faillances. Analyser leurs effets et de la criticité (AMDEC) processus. Déterminer la typologie des risques de processus. Identifier les modes de défaillance et les causes. Appliquer les règles des trois "C" : constat, conséquences, causes. Définir la méthodologie de classification des risques processus. Associer l'analyse des risques processus à l'audit qualité.

### Réussir ses interviews d'audit

Planifier et organiser les audits processus de l'entreprise. Choisir les auditeurs, déterminer leurs aptitudes et leurs profils. Prépa-

# Concevoir et mettre en œuvre sa stratégie marketing

3 jours

## Objectifs :

Ce stage vous montrera comment élaborer des stratégies applicables pour assurer des avantages concurrentiels à votre entreprise et augmenter l'efficacité de vos actions marketing .

## Prérequis

Connaissances de base en marketing.

## Participants:

Cadres dirigeants en charge de la stratégie marketing de leur business unit, chef d'entreprises, directeurs Marketing, responsables Marketing, chefs de pro-

## Programme

### Stratégie d'entreprise et stratégie marketing

Replacer le Marketing stratégique dans la demande globale du marketing.

Le projet, la mission et les objectifs de l'entreprise.

Choix stratégiques marketing et orientations de l'entreprise : influences réciproques, cohérence, définition du cadre de référence, indicateurs de résultats.

### Le diagnostic stratégique

Le diagnostic de situation : démarche, principes clés.

Identification de l'environnement : analyse interne et externe.

### Les outils d'aide à la décision

Les matrices d'aide à la décision (Mac Kinsey, ADL, Porter...).

Les outils B to B : RMC et RCA.

### La segmentation stratégique

Gérer la segmentation Marketing et la segmentation stratégique.

La définition des DAS.

### Les stratégies concurrentielles

Evaluer l'environnement concurrentiel.

Le modèle de Porter, domi-

nation par les coûts, différenciation, segmentation.

Les apports de Kotler (leader, challenger, suiveur, spécialiste).

### Etude de cas

### Les stratégies de portefeuille d'activités

Les modèles simplificateurs : BCG, Arthur D. Little.

Utiliser un modèle complexe : la grille attrait-atouts.

La matrice Ansoff.

### Positionnement et création de valeur

Positionnement et valeur de la marque : notions de

# Maîtrise de la communication en centre d'appels

2 Jours

## Objectifs :

vous apprendrez à gérer différentes personnalités et vous développerez vos techniques d'interrogation et vos compétences de communication au téléphone. Ces compétences sont essentielles pour communiquer avec efficacité et de manière professionnelle avec les clients de votre centre d'appels.

## Participants

Ce cours est destinée aux téléopérateurs débutants en rapport direct avec les clients d'un centre d'appels.

## Programme

### Techniques de communication

- Reconnaître l'importance de communiquer efficacement et d'établir le contact avec différents types de clients.

- Adopter le style de communication le plus approprié selon les différents types de comportements au téléphone.

- Appliquer les éléments permettant d'établir le contact avec un interlocuteur au téléphone.

### Compétences en techniques d'interrogation

- Reconnaître les avantages

à savoir utiliser des techniques d'interrogation efficaces.

- Poser les questions incitatives les plus adaptées pour obtenir de vos clients les informations souhaitées.

- Poser les questions ouvertes et fermées les plus pertinentes pour obtenir de vos interlocuteurs les informations souhaitées.

### Techniques de communication téléphonique

- Reconnaître l'importance d'utiliser les techniques de communication téléphonique adéquates.

- Appliquer les règles de

bienséance au téléphone pour savoir traiter avec la clientèle dans différentes situations.

- Appliquer les actions appropriées pour un contrôle efficace des appels téléphoniques.

- Identifier les compétences vocales qui optimiseront votre présentation au téléphone.

# Développer d'excellentes habitudes commerciales

4 jours

## Objectifs :

Adapter ses pratiques commerciales à l'environnement actuel, Savoir mettre en place de bonnes pratiques commerciales, simples et efficaces, Améliorer sa technique de négociation, Apprendre à suivre ses résultats, construire une relation durable avec le client

## Prérequis

aucun

## Programme

### 1. Pourquoi une démarche commerciale ?

Place de la démarche commerciale dans la stratégie globale de l'entreprise

Les étapes de la démarche commerciale

### 2. Bien connaître son marché

- Analyse de la concurrence

- Analyse de la clientèle actuelle

- Appréhender l'évolu-

tion du marché

### 3. Mettre en place une stratégie

- Proposer le(s) service(s) ou produit(s) adaptés

- Elaborer le prix de ses prestations

- Choisir le mode de commercialisation

- La communication

### 4. Organiser son action commerciale

- Définir et suivre ses objectifs

- Elaborer ses propres outils commerciaux

- Faire connaître son entreprise, entretenir son image

- Préparer et conduire les rendez-vous commerciaux

- Elaborer une proposition commerciale

- La relation client et le suivi de clientèle

### 5. Mise en pratique

À partir des attentes exprimées et de la situation propre à chaque participant :

## FORMATION DES DELEGUES DU PERSONNEL

5 Jours

### Objectifs :

Améliorer la connaissance des Représentants des Travailleurs en leur donnant les outils nécessaires et les dispositions tant législatives, administratives que judiciaires susceptibles de leur permettre d'être efficace dans les relations professionnelles

### Participants

Délégués du personnel.

### Programme

#### Les droits et devoirs

#### des institutions de la représentation des travailleurs

- La gestion des conflits individuels

- Les relations sociales dans l'entreprise

- La gestion des conflits collectifs

- Les délégués du personnel

#### La Gestion des conflits

- Droits & devoirs des partenaires sociaux

## Formation CHSST (comité hygiène sécurité et santé au travail)

3 jours

### Objectifs :

Maîtriser les missions et le fonctionnement du CHSST

Se familiariser avec les outils à la disposition du CHSST pour bien mener sa mission.

Devenir acteur de la prévention en CHSST

### Participants:

Membre du CHSST..

Délégué du personnel élu dans des entre-

### Programme

Les rôles du CHSST

La Composition,

Le rôle spécifique du secrétaire

Les Réunions : convocation, rédaction de l'ordre du jour et du PV, erreurs à éviter (Code du travail et bonnes pratiques)

L'environnement du CHSST :

Le médecin du travail,

L'inspection du travail,

Les organismes de contrôles extérieurs,

Les enquête,

Les visites des lieux de travail.

Quelques Définitions

Taux de fréquence et taux de gravité

Méthode d'évaluation des risques

La cartographie des risques

Les facteurs d'ambiance sur les-

quels le CHSST a pouvoir sans en avoir le budget

Le Stress au travail, harcèlements, moral et sexuel

Les principales pathologies liées au travail

Arbre des causes

Bilan du stage et évaluation

# Management de la FORCE DE VENTE

5 Jours

## Objectifs :

Évaluer son profil de leadership et dégager les grands axes de développement de ses missions pour être perçu par sa force de vente, en toute circonstance, comme un leader naturel.

## Participants

Commerciaux.

## Programme

**Module 1** : Rappel théorique des notions

### Introduction générale

- Qu'est-ce que la MFV ?
- Pourquoi avoir une MFV performante ?
- Les implications de la MFV au sein d'une entreprise

**Module 2** : Se positionner en manager de la force de vente

**Cas pratique 1** : comment se positionner en manager efficace ?

**Module 3** : Insuffler l'esprit d'équipe pour obtenir plus

**Cas pratique 2** : Comment entraîner ses commerciaux à l'optimisme, sans nier problèmes et contraintes ?

**Module 4** : Motiver pour obtenir l'engagement des vendeurs

**Cas pratique 3** : Comment créer les conditions d'efficacité optimales pour chacun de ses commerciaux,

**Module 5** : Accompagner sur le terrain pour faire progresser les résultats

**Cas pratique 4** : comment animer une équipe commerciale sur le terrain.

**Module 5**. Affirmer votre leadership : généraliser de la performance dans l'équipe

**Rappels et échanges**

# Finance pour non Financier

3 Jours

## Objectifs :

◇ Comprendre la logique financière de construction du compte de résultat et du bilan. • Comprendre les mécanismes financiers de l'entreprise. • Se familiariser avec les indicateurs de performance économique : flux de trésorerie disponible (free cash-flow) .

## Participants

Manager, ingénieur et cadre non financier .

## Programme

### Contenu

- La "logique financière"
- Analyse financière d'une entreprise industrielle.
- S'initier au tableau de flux.
- Diagnostics rapides : décision de crédit sur une entreprise de distribution ou de service.
- Évaluer l'incidence d'actions opérationnelles sur le résultat et la trésorerie.
- Grille d'analyse financière sur tableau et dictionnaire des termes financiers anglo-saxon.

# GESTION DE LA TRESORERIE

**Durée : 4 jours**

## Objectifs :

Réguler et optimiser la trésorerie à court terme, Maîtriser son BFR, Construire un budget de trésorerie en équilibre, Réussir les arbitrages entre crédits à court terme, Arbitrer entre emprunts/placements et rentabilité/sécurité/liquidité.

## Participants

Les Responsables financiers, collaborateurs des services comp-

## Programme

### **Principes généraux liés au concept de trésorerie**

Les missions du gestionnaire de trésorerie selon la taille de l'entreprise  
Notion de cash pooling et de trésorier en filiale.

Les indicateurs « critiques » de trésorerie

Les concepts de liquidité, solvabilité et ratios associés.

L'optimisation de la trésorerie

### **Le tableau mensuel de trésorerie**

Outil de suivi et de pilotage de la trésorerie ;  
notion de prévision glissante

La sécurisation des données

Techniques de régulation : reports d'échéance, recours au découvert...  
Conception : découpe entre opérations « exploitation » et « hors exploitation »

### **La régulation des insuffisances de trésorerie à court terme**

Mobilisation de créances ; arbitrage "escompte/découvert"

Factoring, crédit documentaire, assurance-crédit

Crédits de campagne ; crédits spot

Recours à la négociation sur les dates de valeur

Crédit fournisseur ; facilités de caisse.

# Gestion des Equipes et Leadership

**4 jours**

## Objectifs :

management efficace de son équipe.

Conduire ses collaborateurs et son équipe vers l'autonomie tout en régulant l'interdépendance, Maîtriser les techniques de communication et de motivation .

## Participants:

## Programme

### **Identifier le rôle du manager dans la gestion de son équipe**

- Le manager : du capitaine au chef d'orchestre
- Les missions et responsabilités du manager
- Les bonnes pratiques du manager d'équipe

### **Construire une logique d'équipe : du**

### **groupe au collectif**

Fixer des objectifs collectifs et les décliner en objectifs individuels  
Clarifier les rôles, missions et champs d'actions de chacun  
Réguler les différents " temps " de l'équipe : du temps individuel au temps collectif  
Conduire des réunions efficaces et

pertinentes

Exercice d'application : construction d'une équipe autour d'objectifs communs

Mise en situation : préparation et conduite d'une réunion de travail

**Mobiliser son équipe au quotidien : Communiquer sa vision de manager et la**

# ANGLAIS PROFESSIONNEL- TECHNIQUE & COMMERCIAL

Débutant 150H

Intermédiaire 120H

Confirmé 100H

## Objectifs :

Donner aux participants les outils leur permettant de développer leurs compétences en expression et compréhension orale et écrite de façon à pouvoir gérer un grand nombre de situations spécifiques à l'entreprise.

## Participants

Toute personne souhaitant mettre ses compétences en anglais au

## Programme

### The Phonetic

### The Grammar

### III ) L'Anglais Professionnel Technique & Commercial

The Listening (Base on video)

The Reading (Base on text)

Speaking (Through debate)

### Technics of translation

### Test de classement

Pour une efficacité dans la formation, les groupes homogènes sont recommandés.

Un test de classement est

**obligatoire** et aura lieu avant le début de la formation pour tous les participants. Cela nous permettra de faire une facturation réaliste.

Méthode de formation :

Apprentissage avec support technologique. Des supports pédagogiques adaptés à vos besoins et à votre environnement

Des supports Audios

Des vidéos sous-titrées

Des chansons et des tutoriels ... des statistiques,

Des documents *pédago-*

# ANGLAIS DES AFFAIRES

5 jours

## Objectifs :

*Ce module vous permettra de revoir et d'appliquer les fondamentaux de l'anglais des affaires .*

## Participants:

Toute personne voulant apprendre le classement et l'archivage

## Programme

### La communication en présentiel (face à face)

Savoir exprimer clairement une idée, son avis, son accord ou son désaccord

Mener un débat

Savoir argumenter, discuter, négocier

Poser des questions correctement

Savoir répondre aux questions

Reformuler pour valider la compréhension

Mettre en place des

automatismes de langage

### Savoir gérer la communication informelle

Aborder des sujets extra-professionnels

Etre à l'aise pour mener une conversation décontractée

Savoir gérer un repas d'affaires en anglais

Connaître la notion d'inter-culturalité

### Les échanges professionnels par téléphone

Les expressions types pour le téléphone : faire préciser l'identité de l'interlocuteur, épeler un nom, faire patienter

Se présenter, présenter son service ou sa société

Comprendre et transmettre un message

Prendre ou reporter un rendez-vous

Gérer des litiges

### Introduction au vocabulaire des affaires

financier