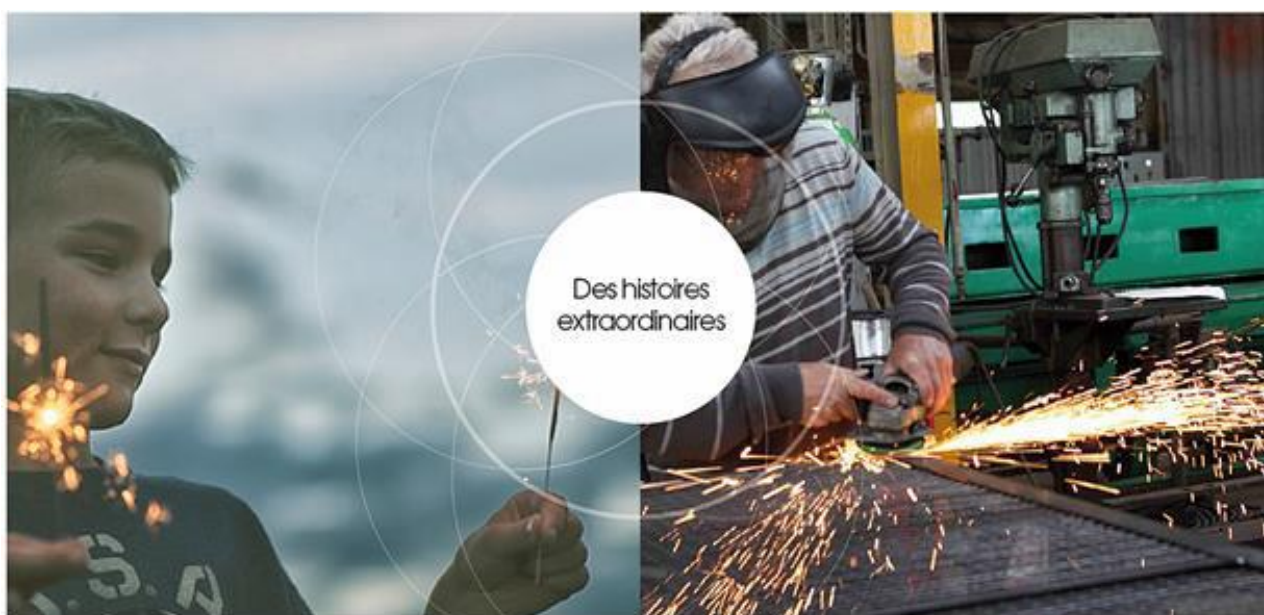


## BGE AUVERGNE



## MALLETTE DU DIRIGEANT 2018

# SOMMAIRE

---

## Présentation de la structure

Notre métier \_\_\_\_\_ 3

BGE AUVERGNE \_\_\_\_\_ 4

## Mallette du dirigeant

Objectifs généraux \_\_\_\_\_ 10

Déroulement de la prestation \_\_\_\_\_ 11

Contenu des modules \_\_\_\_\_ 15

Déploiement de la MDD : les moyens \_\_\_\_\_ 35

Equipe mobilisée MDD 2018 \_\_\_\_\_ 39

Lieu d'intervention MDD 2018 \_\_\_\_\_ 44

# BGE AUVERGNE : Notre métier

---

**ENTREPRENEURS,**  
BGE VOUS ACCOMPAGNE  
À CHAQUE ÉTAPE



## AFFINER MES IDEES

- ☐ Susciter encourager les vocations
- Aider à la transformation d'idées en projet
- Aider à trouver l'idée adaptée à chacun
- Identifier des pistes de création d'activité en lien avec les motivations et les attentes du créateur

## STRUCTURER MON PROJET

- ☐ Conseiller le porteur de projet, expertiser les projets
- Accompagner à l'étude de viabilité: étude de marché, plan d'affaires, stratégie commerciale....
- Former le créateur au métier d'entrepreneur : Guider le porteur de projet dans la projection de sa future entreprise

## ACCEDER AU FINANCEMENT

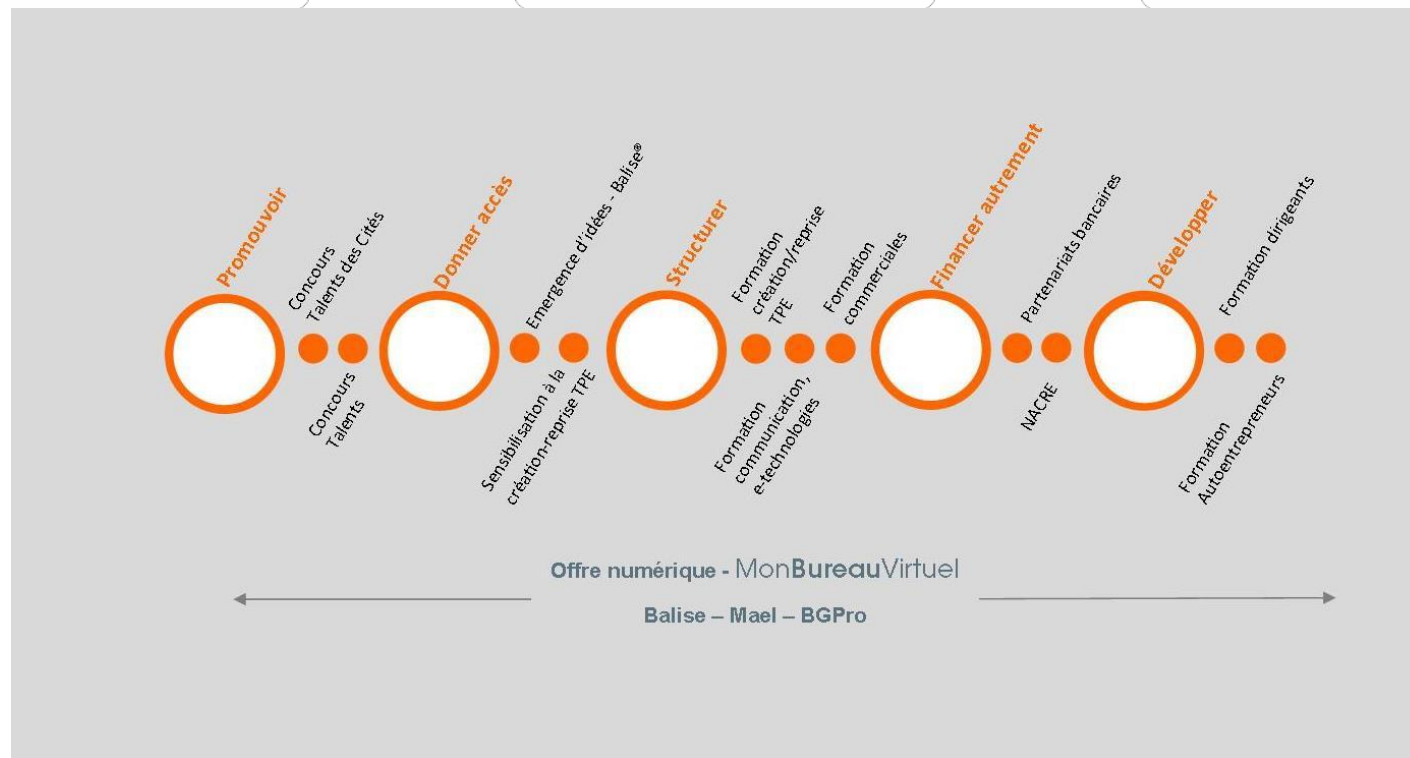
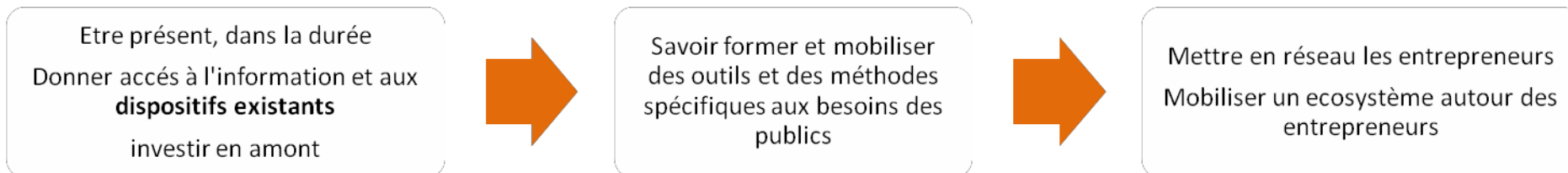
- Aider les créateurs d'entreprises à trouver les fonds nécessaires à la réalisation de leur projet
- Ingénierie financière
- Orientation recherche de financement
- Intermédiation bancaire

## DEVELOPPER MON ACTIVITE

- Aider les entrepreneurs à pérenniser leur structure
- développement commercial,
- organisation administrative
- tableaux de bords,
- formations à la gestion, communication...

# ACEC BGE AUVERGNE : un bouquet de programmes






ACEC BGE AUVERGNE a développé un ensemble de programmes qui répondent aux besoins des porteurs de projet et chefs d'entreprise, ces programmes :



## BGE AUVERGNE une couverture départementale... ayant une volonté de couverture régionale en 2018



**BGE Auvergne** est présente sur tous ces bassins de création : nous offrons un service de proximité grâce à nos **10 lieux d'accueil accessibles**.

Localisation	Accessibilité pers. mobilité réduite	Accès par transport en commun	Configuration
<b>Bassin d'emploi Yssingaux</b>			
<p>Choumouroux, 43200 YSSINGEAUX 04 73 35 12 39 <a href="mailto:contact@bgeauvergne.fr">contact@bgeauvergne.fr</a></p> 	<p>Place de parking H Rampe d'accès Toilettes adaptées PMR</p>	<p>Transport en commun : ligne car départementale régulière 30, 39, 40 St Etienne Places parking à proximité du site</p>	<p>Accueil physique et téléphonique 1 bureau confidentiel Centre de documentation Téléphone et copieur</p>
<b>Bassin d'emploi Brioude</b>			
 <p>9 route de Clermont – COHADE 43100 BRIOUDE 04 73 35 12 39 <a href="mailto:contact@bgeauvergne.fr">contact@bgeauvergne.fr</a></p>	<p>Rampe d'accès Toilettes adaptées PMR</p>	<p>Places parking à 5 m</p>	<p>Accueil physique et téléphonique 1 bureau confidentiel Centre de documentation Téléphone et copieur</p>
<b>Bassin d'emploi Le puy en Velay</b>			
 <p>4 chemin des Mauves - Mons 43000 LE PUY EN VELAY 04 73 35 12 39 <a href="mailto:contact@bgeauvergne.fr">contact@bgeauvergne.fr</a></p>	<p>Place de parking H Toilettes adaptées PMR</p>	<p>Transport en commun : ligne bus 4bis Places parking privées à 5 m du site</p>	<p>Accueil physique et téléphonique 1 bureau confidentiel Centre de documentation Téléphone et copieur</p>
<b>Bassin d'emploi de Montbrison</b>			
 <p>Maison des permanences 12 Rue de la Préfecture 42 600 MONTBRISON <a href="mailto:contact@bgeauvergne.fr">contact@bgeauvergne.fr</a></p>	<p>Rampes d'accès Toilettes adaptées PMR</p>	<p>Parking et stationnement possible dans la rue Transport en commun : navette urbaine</p>	<p>Accueil physique et téléphonique 1 bureau confidentiel Téléphone et copieur Centre de documentation</p>
<b>Bassin d'emploi Roanne</b>			
 <p>35 rue Albert Thomas 42300 ROANNE 04 26 24 47 50 <a href="mailto:contact@bgeauvergne.fr">contact@bgeauvergne.fr</a></p>	<p>Rampe d'accès Toilettes adaptées PMR</p>	<p>Places de parking dans la copropriété pour le personnel Accessibilité aux personnes handicapées Transport en commun : Ligne bus 1 et bus 3</p>	<p>Accueil physique et téléphonique 3 bureaux confidentiels 3 salles de formation Centre de documentation Téléphone et copieur</p>



### Bassin d'emploi St Etienne



15, rue de la Télématique  
42000 SAINT ETIENNE  
04 73 35 12 39  
[contact@bgeauvergne.fr](mailto:contact@bgeauvergne.fr)

Place de parking H  
Toilettes adaptées  
PMR

Places parking privées  
à 5 m du site  
Transport en commun :  
Ligne bus 8, 9

Accueil physique et  
téléphonique  
1 bureau confidentiel  
Centre de documentation  
Téléphone et copieur

### Bassin d'emploi St Chamond





Esplanade Melchior Mitte de  
Chevrières -  
42400 SAINT-CHAMOND  
[contact@bgeauvergne.fr](mailto:contact@bgeauvergne.fr)

Place de parking H  
Toilettes adaptées  
PMR

Places parking privées  
à 5 m du site

Accueil physique et  
téléphonique  
1 bureau confidentiel  
Centre de documentation  
Téléphone et copieur

Les caractéristiques des **sites et des permanences** sont indiquées dans le **tableau ci-dessous**.

Localisation	Accessibilité pers. mobilité réduite	Riom	
		Accès par transport en commun	Configuration
<b>Bassin d'emploi Montluçon</b>			
 4 Quai Turgot 03100 MONTLUÇON 04 70 02 48 92 <a href="mailto:contactmontluçon@bgeauvergne.fr">contactmontluçon@bgeauvergne.fr</a>	Place parking H Rampe d'accès Ascenseur Toilettes adaptées PMR	Transport en commun : ligne Bus 12-3-C1-C2 arrêt Marx Dormoy  Places parking à 5 m	Accueil physique et téléphonique 1 bureau confidentiel Une salle de formation équipée Centre de documentation Téléphone et copieur
<b>Bassin d'emploi Moulins</b>			
 42 rue du Progrès 03000 MOULINS 04 70 20 49 60 <a href="mailto:contact.moulins@bgeauvergne.fr">contact.moulins@bgeauvergne.fr</a>	Places de parking H Rampe d'accès Toilettes adaptées PMR	Transport en commun : Ligne Bus 2 arrêt IUFM  Places parking à 5 m	Accueil physique et téléphonique 2 bureaux confidentiels Une salle de formation équipée Centre de documentation Téléphone et copieur
<b>Bassin d'emploi Vichy</b>			
18 rue Bargoing 03200 VICHY 04 70 97 94 33 <a href="mailto:contact.vichy@bgeauvergne.fr">contact.vichy@bgeauvergne.fr</a>	Rampe d'accès Toilettes adaptées PMR	Transport en commun : ligne bus A, B, C, D, E arrêt Gare SNCF  Places parking à 5 m	Accueil physique et téléphonique 3 bureaux confidentiels Une salle de formation équipée Centre de documentation Téléphone et copieur

### Bassin d'emploi Clermont Ferrand



18 rue François TARAVANT  
63000 CLERMONT FERRAND  
04 73 35 12 39  
[contact.clermont@bgeauvergne.fr](mailto:contact.clermont@bgeauvergne.fr)

Place de parking H  
Ascenseur  
Toilettes adaptées PMR

Transport en commun :  
Tramway Ligne A (Arrêt les pistes – Musée d'Art Roger Quillot)  
Lignes Bus T2C 20, 21, 25, 33 (arrêt Musée d'art Roger Quillot)  
Parking privé accès immédiat au site

Accueil physique et téléphonique  
4 bureaux confidentiels  
1 Espace documentaire  
6 Salles de formation équipée  
2 salles Informatiques  
Centre de documentation  
Téléphone et copieur

### Bassin d'emploi Riom



10 rue Amable Faucon  
63200 RIOM  
04 73 35 12 39  
[contact.clermont@bgeauvergne.fr](mailto:contact.clermont@bgeauvergne.fr)

Toilettes adaptées PMR  
Rampe d'accès

Transport en commun : Bus ligne 1 et 4 (arrêt Amable Faucon)  
Places parking au pied du site

Accueil physique et téléphonique  
1 bureau confidentiel  
Une salle de formation équipée  
Centre de documentation  
Téléphone et copieur

### Bassin d'emploi Issoire



22 avenue Jean Jaurès  
63500 ISSOIRE  
04 73 89 60 32  
contact.i  
ssoirebrioude@bgeauvergne.fr

Toilettes adaptées PMR  
Rampe d'accès

Transport en commun : Bus ligne 1 et 4 (arrêt Amable Faucon)  
Places parking public gratuit à 5 m du site

Accueil physique et téléphonique  
1 bureau confidentiel  
Une salle de formation équipée  
Centre de documentation  
Téléphone et copieur

### Bassin d'emploi Thiers



8 Place de la Mutualité  
63300 THIERS  
04 73 80 21 94  
[contact.thiersambert@bgeauvergne.fr](mailto:contact.thiersambert@bgeauvergne.fr)

Place Parking H  
Toilettes adaptées PMR  
Rampe d'accès

Ligne Bus TUT 1, 2, 3, 4 (station « Chastel »)  
Places parking à 5 m du site

Accueil physique et téléphonique  
2 bureaux confidentiels  
Une salle de formation équipée  
Centre de documentation  
Téléphone et copieur

### Bassin d'emploi Ambert



16 avenue du Maréchal Foch  
63600 AMBERT  
04 73 35 12 39  
[contact.thiersambert@bgeauvergne.fr](mailto:contact.thiersambert@bgeauvergne.fr)

Toilettes adaptées PMR  
Rampe d'accès

Places parking public gratuites à 5 m du site

Accueil physique et téléphonique  
1 bureau confidentiel  
Une salle de formation équipée  
Centre de documentation  
Téléphone et copieur

Les **horaires d'ouverture** des sites sont les suivants : 8h30-12h30 et 13h30-17h30 du lundi au vendredi



## BGE AUVERGNE une équipe expérimentée



### Qualifiée

Conformément à la **charte qualité et au référentiel métier des BGE**, tous les consultants recrutés ont un niveau de qualification supérieure (Bac +2 à Bac +5)

Une équipe pluridisciplinaire réunissant les différentes expertises nécessaires à l'atteinte des objectifs.

### Expérimentée

Des consultants-formateurs qui disposent :

- **d'une expérience significative** l'accompagnement, la formation et les conseils aux de porteurs de projet et entrepreneurs - des techniques d'entretien en face à face, animation de formations
- **d'une bonne** connaissance du public auquel s'adresse BGE - de l'environnement socio-économique du territoire sur lequel ils sont implantés : **ils sont en mesure d'aider les entrepreneurs en prenant en compte la réalité du territoire et de faciliter la mise en réseau**
- **d'une forte culture** de la TPE et adoptent une démarche pragmatique adaptée aux préoccupations des nouveaux dirigeants de TPE

Une équipe consultants-formateurs : experts de la création-reprise, développement d'entre

## Objectifs généraux de la prestation

L'AGEFICE dans son rôle d'information, de conseils de proximité, de représentation, d'anticipation et d'adaptation des besoins des chefs d'entreprise en matière de formation a souhaité, aux vues des premiers résultats, poursuivre en 2018 l'action initiée en 2014 et intitulée « Mallette du dirigeant ». **C'est dans ce cadre que s'inscrit la présente proposition**

### OBJECTIFS

Proposer une « Mallette du Dirigeant » sous la forme de kits de formations pré-packagés, déclinés sur des thèmes :

- Comptabilité-Analyse financière-Interprétation de tableaux de bord
- Nouvelles technologies et compétences numériques
- Marketing et communication
- Ressources humaines et management.
- Développement durable et Responsabilité sociétale des entreprise

### PRINCIPE

Permettre aux dirigeants d'entreprise ou leurs conjoints de bénéficier d'un temps de **formation active et opérationnelle, d'échanges** et de **mise en réseau** avec d'autres entrepreneurs, d'une **mise en situation individualisée** par un conseil spécialisé

PUBLIC	METHODE	PEDAGOGIE
<p>Tous les dirigeants et leurs conjoints collaborateurs, ressortissants de l'AGEFICE, et en particulier les dirigeants de jeunes entreprises ou confrontés à la mutation économique actuelle</p>	<p>Regroupements collectifs séquencés en temps de transferts de contenu «cours magistral » et temps de mise en pratique sur l'entreprise du stagiaire.</p> <p>Ces temps de mise en pratique prennent la forme de temps en collectif, en petits sous-groupes en présence du formateur face aux stagiaires</p> <p><i>NB : la taille limitée des groupes garantit une individualisation des pratiques</i></p>	<p><b>Démarche interactive et participative</b>, privilégiant les échanges entre participants tout en maîtrisant le contenu et la méthode</p> <p><b>Mobilisation et valorisation</b> de la personne et de ses atouts</p> <p><b>Autonomisation et développement des compétences</b> de la personne notamment, pour les plus jeunes, dans les choix opérationnels qu'elle a à opérer en début d'activité</p> <p>Initiation ou développement à <b>la Mutualisation et à la coopération</b> entre entrepreneurs (dans le cadre de la formation ou de la mise en réseau)</p>

## Déroulement de la prestation

- **Phase de positionnement** accueil individuel permettant d'identifier les besoins et les attentes de chacun des stagiaires et de valider les pré-requis (disponibilité, partage d'information avec d'autres dirigeants...)
- **Regroupement collectif et individualisation des mises en situation** : Module de 4 jours (1 jour par semaine, sur un mois ...pour s'adapter aux contraintes organisationnelles du dirigeant, tout en maintenant une dynamique positive en terme d'apprentissage). Les jours de formation sont séquencés en temps de transferts de contenu relatif au module choisi et en temps de mise en pratique sur l'entreprise du stagiaire.

Ces temps de mise en pratique prennent la forme de temps en collectif, en petits sous-groupes en présence du formateur face aux stagiaires (à l'image des classes multi-niveau).

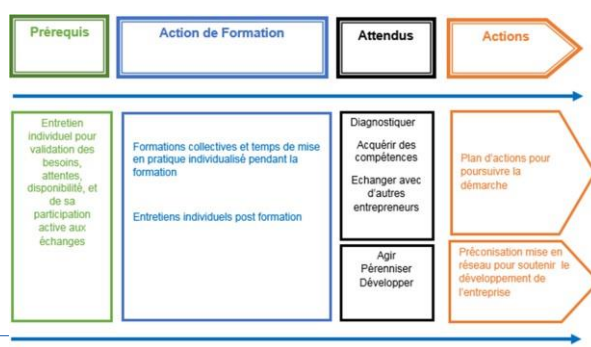
En fonction des modules, le temps de mise en pratique pourra être séquencé quotidiennement ou regroupé sur la dernière journée. Le cas échéant, pourra être envisagé (si le nombre de participants le nécessite) plusieurs formateurs présents sur les temps de mise en pratique pour permettre une animation des sous-groupes.

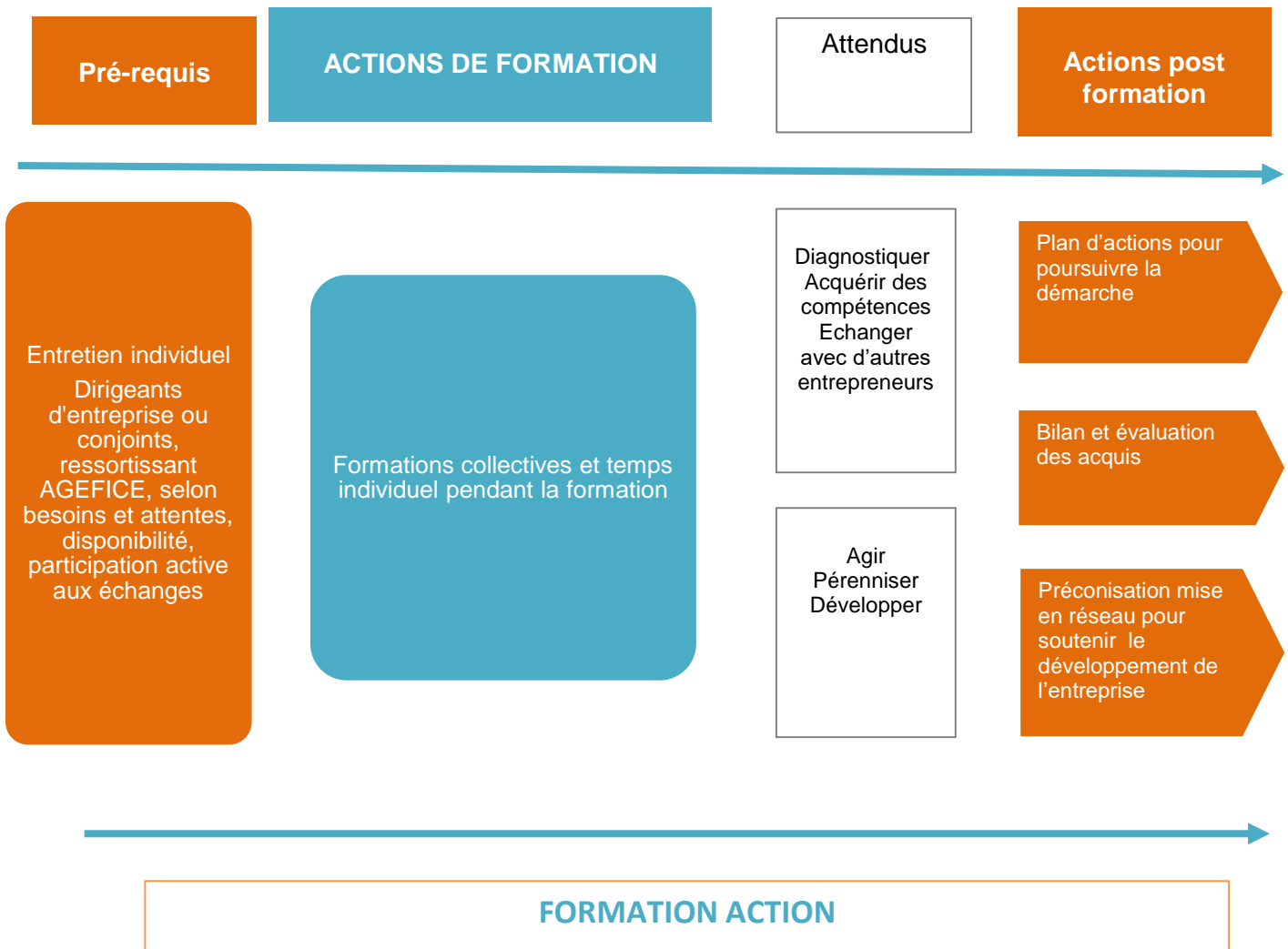
*NB : la taille limitée des groupes garantit une individualisation des pratiques*

- **Des actions d'accompagnement et de suivi** : rendez-vous individuels tout au long du parcours de formation en fonction des besoins de l'entrepreneur + accès à l'outil numérique « Mon Bureau Virtuel » entre les séances de formation

« Mon bureau virtuel » est un outil interactif d'aide au développement dédié aux entrepreneurs). Grâce à cet outil accessible 24h/24, chaque entrepreneur peut travailler à distance son, à son rythme et selon ses besoins. À sa disposition : une boîte à outils, des modules d'e-learning, constitué de vidéos de 15 mn chacune balayant de nombreux aspects de l'entrepreneuriat (organisation, communication, assurance, développement durable...), la simulation du business plan : pour construire son plan de financement suivant une approche pédagogique et intuitive ; un échange avec d'autres porteurs de projets ou jeunes créateurs : partage d'idées et d'expérience, annonces...

- **Bilan, évaluation des acquis et plan d'actions**
- **Observatoire et enquête qualité** A l'issue de la formation BGE réalisera une enquête à 6 mois, 1 an et 3 ans sur le devenir de la personne et de son entreprise (pérennité et /ou développement de l'entreprise)





## PERSONNALISATION ET INDIVIDUALISATION DU PARCOURS

---

Lors de la première prise de contact (physique, téléphonique), l'assistante identifie la demande, un premier niveau de besoin et est en capacité de proposer aussitôt un **entretien individuel plus approfondi avec un conseiller-formateur**, pour ajuster notre réponse à la demande.

### LE 1<sup>er</sup> RENDEZ-VOUS INDIVIDUEL ET L'EVALUATION DES BESOINS

Le diagnostic est réalisé par un consultant spécialiste de la TPE.

L'entretien est réalisé par un conseiller-formateur spécialisé dans l'accompagnement des jeunes et petites entreprises lors d'un entretien individuel, le diagnostic permet d'appréhender :

- La nature de la demande : projet de développement, projet d'embauche, renforcement des compétences entrepreneuriales
- Son urgence : entreprises en difficulté, insuffisance du revenu, opportunités d'affaires
- La motivation de l'entrepreneur à suivre un accompagnement et ses éventuelles préférences pour certaines modalités d'apprentissage (individuel, collectif, en ligne, en réseau...)
- Les contraintes de la personne : disponibilité, mobilité, budget, handicap
- Pour les prestations collectives, l'acceptation du principe d'échanges entre stagiaires et le travail en groupe
- Sa maîtrise de certaines compétences clés (lire, écrire et compter)
- Un comportement social adéquat

L'entretien individuel détermine le **positionnement** du stagiaire sur tout ou partie du parcours proposé par BGE Atlantique Vendée (voir 5-1 parcours d'accompagnement BGE Atlantique Vendée). Ce parcours pourra être revu et corrigé lors des points d'étapes réalisés tout au long de l'accompagnement individuel ou de la formation.

#### LES SPECIFICITES PRISES EN COMPTE

- **Réactivité** : Nous nous adaptons, aux contraintes temporelles de la personne. Un porteur de projet a souvent besoin d'avoir rapidement les premières réponses à ses questions, pour ensuite se projeter dans l'accompagnement. Nous nous engageons à recevoir la personne dans les 10 jours.
- **Freins périphériques au projet** : Le conseiller référent est en charge de relever et d'appréhender les difficultés particulières liées à l'entrepreneur et susceptibles de perturber le parcours d'accompagnement : santé, logement, mobilité, comportement, contraintes familiales et/ou personnelles, difficultés financières, addiction, handicap...

Le cas échéant, et avec son accord, il met la personne en contact avec les services ou personnes ressources adéquats afin de lever les freins et ou difficultés et favoriser l'autonomisation de la personne dans la gestion de son projet personnel ou professionnel.

Le conseiller référent bénéficie d'une connaissance de ces environnements et/ou des dispositifs existants (services spécialisés, associations, formations...).

### LA PROPOSITION

À l'issue du diagnostic réalisé, le conseiller-formateur formule une proposition, en tenant compte de l'ensemble des éléments en sa possession. La proposition fait l'objet d'un échange avec la personne, pour s'assurer qu'elle convient, et l'ajuster au plus près des besoins et des possibilités. Un devis est émis à l'issue de l'entretien individuel, pour formaliser la proposition et permettre la recherche d'éventuelles prises en charge (et si nécessaire avec le soutien des assistants de BGE Atlantique Vendée)

Une personne dont la candidature n'est pas retenue se verra proposer soit un **autre parcours d'accompagnement** dans le cadre des dispositifs mis en œuvre par un autre acteur de la création d'entreprise soit une **réorientation** vers un autre partenaire et/ou le prescripteur

#### LES OUTILS DE POSITIONNEMENT LORS DU RENDEZ-VOUS

- ✓ Le Business Model CANVAS (outil d'analyse globale du projet)
- ✓ La grille d'aide au recrutement (pré-requis pour chacune de nos formations courtes ou longues)
- ✓ La fiche de diagnostic (points forts, points à améliorer, points de vigilance, plan d'actions)



### L'ACCOMPAGNEMENT DU PROJET PROFESSIONNEL DE DEVELOPPEMENT DE L'ENTREPRISE et/ou des COMPETENCES ENTREPRENEURIALES

### L'ACCOMPAGNEMENT DU STAGIAIRE PAR L'ÉQUIPE ADMINISTRATIVE

#### **Un conseiller formateur référent :**

Du recrutement au dernier jours de rendez-vous individuel suivant la formation, le stagiaire est en contact **avec le conseiller formateur référent**

#### **Des temps dédiés avec le conseiller formateur référent :**

Les temps d'échanges **quotidiens** avant, pendant ou après la formation. Ils sont l'occasion d'évaluer l'avancée du projet de développement d'entreprise ou des compétences entrepreneuriales, à partir des outils proposés (notamment Business Model), d'identifier des points de blocage et d'aider le stagiaire à trouver des solutions, de reprendre une des notions transmises pour faciliter son assimilation, par la mise en application directe sur le projet du stagiaire

**L'analyse du bilan individuel en fin de formation** permettant de vérifier l'état d'avancement du projet de développement de l'entreprise et les compétences acquises.

**Les rendez-vous individuels** post formation avec le conseiller-formateur référent mobilisables dès la fin de la formation et dans les 3 mois qui suivent.

#### **Un référent administratif dédié :**

Dès son inscription dans la session de formation, le stagiaire est en relation avec un référent administratif et avec qui il pourra aborder toutes les questions sur :

La prise en charge des frais pédagogiques : documents administratifs à produire etc.

Les Questions logistiques : accessibilité du lieu de formation, lieux de restauration possibles...

## Contenu des modules

---

<b>Intitulé</b>	<b>Durée</b>
Module 1 : Les fondamentaux de la comptabilité et de l'analyse financière	4 jours
Module 2 : Digitaliser son entreprise	4 jours
Module 3 : Le Web et le E-Commerce, les outils pour améliorer son chiffre d'affaires	4 jours
Module 4 : Fondamentaux du marketing et techniques de vente	4 jours
Module 5 : Stratégie de communication et déclinaison sur le Web	4 jours
Module 6 : Recrutement, Intégration, Droit du travail	4 jours
Module 7 : Protection sociale de l'entrepreneur et de son conjoint	4 jours
Module 8 : Rédiger des contrats en toute assurance	4 jours
Module 9 : Rendre son entreprise plus écoresponsable au quotidien	4 jours

## MODULE 1 : LES FONDAMENTAUX DE LA COMPTABILITE ET DE L'ANALYSE FINANCIERE

### OUTILS

Modèles de bilans et de comptes de résultats en fonction de l'activité de l'entreprise, étude de cas, déclarations fiscales et sociales, logiciels comptables, dossier récapitulatif « organisation administrative et comptable et obligations fiscales et sociales de l'entreprise »

### MODALITES

Regroupements collectifs séquencés en temps de transferts de contenu «cours magistral » et temps de mise en pratique sur l'entreprise du stagiaire.

Ces temps de mise en pratique prennent la forme de temps en collectif, en petits sous-groupes en présence du formateur face aux stagiaires

### OBJECTIFS

Appréhender les fondamentaux de la comptabilité générale

Comprendre la logique du compte de résultat et du bilan

Gérer sa trésorerie

Réaliser un diagnostic financier

Interpréter les principaux ratios

Évaluer la santé financière de l'entreprise à la lecture de ses documents comptables

### CONTENU

#### ■ Les fondamentaux de la comptabilité générale

Comprendre la logique comptable

Notion d'exploitation : charges, produits

La chaîne comptable : les journaux, les comptes, la balance, le grand livre

Les états comptables : le compte de résultat, le bilan, l'annexe

Enregistrer la TVA

Contrôler et justifier ses comptes

Lire et analyser un bilan et un compte de résultat

#### ■ Lire et interpréter le bilan

Les rubriques de l'actif

Les rubriques du passif

Le bilan : fonction patrimoniale

Le bilan : les annexes

Le bilan : fonction trésorerie

Lire et interpréter le compte de résultat

Le compte de résultat : la formation du résultat comptable

Analyser et comprendre ses résultats

Les soldes intermédiaires de gestion

Définir le lien entre le bilan et le compte de résultat

Le seuil de rentabilité

Analyse des résultats

Le seuil de rentabilité

#### ■ Bien gérer sa trésorerie

D'où provient la trésorerie

Prévoir les besoins en trésorerie

Élaborer son plan de trésorerie

Gérer son plan de trésorerie

Les possibilités de négociation avec son banquier

## MODULE 1 : LES FONDAMENTAUX DE LA COMPTABILITE ET DE L'ANALYSE FINANCIERE... SUITE

### OUTILS

Modèles de bilans et de comptes de résultats en fonction de l'activité de l'entreprise, étude de cas, déclarations fiscales et sociales, logiciels comptables, dossier récapitulatif « organisation administrative et comptable et obligations fiscales et sociales de l'entreprise »

### MODALITES

Regroupements collectifs séquencés en temps de transferts de contenu «cours magistral » et temps de mise en pratique sur l'entreprise du stagiaire.

Ces temps de mise en pratique prennent la forme de temps en collectif, en petits sous-groupes en présence du formateur face aux stagiaires

### OBJECTIFS

Appréhender les fondamentaux de la comptabilité générale  
Comprendre la logique du compte de résultat et du bilan  
Gérer sa trésorerie  
Réaliser un diagnostic financier  
Interpréter les principaux ratios  
Évaluer la santé financière de l'entreprise à la lecture de ses documents comptables

### DUREE

4 Jours

### CONTENU

- **Les fondamentaux du contrôle de gestion**  
Comprendre la logique financière de son entreprise  
Apprendre à calculer son prix de revient  
Savoir établir des prévisions  
Suivre les réalisations et analyser les écarts
- **Mise en place de tableaux de bord**  
Maîtriser les bases d'Excel  
Utiliser l'assistant « somme automatique »  
Mise en forme rapide d'un tableau  
La mise en page  
L'impression des tableaux (personnalisation de l'impression)  
Le rôle du classeur (nommer, organiser les feuilles, ...)  
Savoir utiliser les fonctions indispensables pour la mise en place de tableaux de bord  
Techniques et astuces diverses  
Suivre ses recettes, ses principaux ratios et l'évolution de son Chiffre d'Affaire  
Conception de tableaux de bord

## MODULE 2 : DIGITALISER SON ENTREPRISE

### OUTILS

Livret pédagogique

Exemples de sites et applications existants et efficaces

Modèle d'outils de pilotage

### MODALITES

Regroupements collectifs séquencés en temps de transferts de contenu « cours magistral » et temps de mise en pratique sur l'entreprise du stagiaire.

Ces temps de mise en pratique prennent la forme de temps en collectif, en petits sous- groupes en présence du formateur face aux stagiaires

### DUREE

4 JOURS

### OBJECTIFS

Comprendre les enjeux de la transformation digitale de l'entreprise

Acquérir une vision d'ensemble de la transformation digitale

Acquérir le vocabulaire propre à ce domaine

Pouvoir jeter les bases de sa propre stratégie

### CONTENU

#### ■ Les fondamentaux et enjeux de la transformation numérique

Qu'est-ce que le numérique ?

Les nouvelles technologies et les nouveaux usages

Quelles conséquences pour mon entreprise et pour mes différents interlocuteurs ?

Intégrer le numérique dans ma stratégie digitale

#### ■ Simplifier mon organisation interne

Dématérialiser mes documents administratifs

Intérêt et méthode de simplification de la gestion des factures, devis et archives

Organiser la gestion des données relatives aux prospects, clients et fournisseurs

#### ■ Les solutions Open Source

Notions et définitions, différents types de licence

Intérêts et risques d'adoption de solutions et outils OpenSource

Les Outils OpenSource pour le poste de travail

Les Outils pour la Gestion d'Entreprise

Suites décisionnelles (Les solutions ERP, Les solutions CRM, Outils de Reporting)

Les solutions GED et Enterprise Content Management

Les solutions de Partage de Documents

#### ■ Effectuer mes démarches administratives en ligne

Réaliser ses déclarations fiscales et sociales en ligne

(déclarations sociales, déclarations de TVA etc.)



## MODULE 2 : DIGITALISER SON ENTREPRISE...SUITE

### OUTILS

Livret pédagogique  
Exemples de sites et applications existants et efficaces  
Modèle d'outils de pilotage

### MODALITES

Regroupements collectifs séquencés en temps de transferts de contenu « cours magistral » et temps de mise en pratique sur l'entreprise du stagiaire. Ces temps de mise en pratique prennent la forme de temps en collectif, en petits sous- groupes en présence du formateur face aux stagiaires

### DUREE

4 JOURS

### OBJECTIFS

Comprendre les enjeux de la transformation digitale de l'entreprise  
Acquérir une vision d'ensemble de la transformation digitale  
Acquérir le vocabulaire propre à ce domaine  
Pouvoir jeter les bases de sa propre stratégie

### CONTENU

#### ■ Externaliser mes données

Qu'est-ce que le cloud computing ?  
Définitions, bénéfices et risques  
Cadre légal  
Panorama du marché  
Principaux acteurs  
Principales solutions (IaaS, PaaS et SaaS)  
Principales architectures utilisées  
Les bonnes pratiques pour l'intégration du cloud le système d'information de son entreprise  
Les questions essentielles à se poser avant de choisir son prestataire

#### ■ Sécuriser mes solutions digitales

Introduction à la sécurité des systèmes d'information : Contexte, enjeux, chiffres-clés  
Définition et identifications des principaux risques actuels (hacking, failles de sécurité)  
Diagnostiquer son niveau de sécurité  
Les outils et moyens techniques de parade aux principales menaces simples  
Mot de passe, sauvegarde, coffre-fort électronique, navigation, mise à jour des outils, choix d'un hébergement sécurisé pour son site, etc.  
Les principales réglementations : propriété intellectuelle et protection de la vie privée  
Les bonnes pratiques pour être conforme au cadre lég

## Module 3 : Le Web et le E-Commerce, les outils pour améliorer son chiffre d'affaires

### OUTILS

Exemples de sites web existants et efficaces Outils de suivi de positionnement et de trafic

Cas concrets

### MODALITES

Regroupements collectifs séquencés en temps de transferts de contenu «cours magistral » et temps de mise en pratique sur l'entreprise du stagiaire.

Ces temps de mise en pratique prennent la forme de temps en collectif, en petits sous-groupes en présence du formateur face aux stagiaires

### DUREE

4 Jours

### OBJECTIFS

Comprendre les enjeux d'une présence sur le web

Acquérir le vocabulaire propre à ce domaine

Assurer sa présence sur le web au travers d'un site d'e-commerce

Analyser le trafic de son site

### CONTENU

#### ■ Introduction à internet

Vocabulaire spécifique à Internet

Types de sites internet

Recherches efficaces sur Internet,

Les différents types de moteurs et Annuaire de recherche généralistes

Recherches par mots / expressions clefs / Syntaxe, Trucs et astuces pour obtenir des résultats pertinents

Les tendances du web

#### ■ Avant de créer son site

Comprendre le vocabulaire technique

Cahier des charges

Contraintes légales

Préparation des contenus

Présentation et initiation aux outils de création de Site Internet

Ecueils à éviter etc.

#### ■ Créer un site web vitrine sur (Prestashop, WordPress, WooCommerce ou Joomla)

Déposer un nom de domaine

Trouver un hébergeur pour son site

Définir l'arborescence

Les différents types de contenus

Organiser les contenus

Structurer la navigation

Concevoir les pages

Appliquer une charte graphique

Préparer et intégrer les images

Insérer des liens hypertextes

## Module 3 : Le Web et le E-Commerce, les outils pour améliorer son chiffre d'affaires...Suite

### OUTILS

Exemples de sites web existants et efficaces  
Outils de suivi de positionnement et de trafic  
Cas concrets

### MODALITES

Regroupements collectifs séquencés en temps de transferts de contenu «cours magistral » et temps de mise en pratique sur l'entreprise du stagiaire.

Ces temps de mise en pratique prennent la forme de temps en collectif, en petits sous-groupes en présence du formateur face aux stagiaires

### DUREE

4 Jours

### OBJECTIFS

Comprendre les enjeux d'une présence sur le web

Acquérir le vocabulaire propre à ce domaine

Assurer sa présence sur le web au travers d'un site d'e-commerce

Analyser le trafic de son site

### CONTENU

Compléter et enrichir le site web  
Rappels sur l'utilité et le fonctionnement des plugins.  
Améliorer l'interface utilisateur.  
Ajouter des fonctionnalités de réseau social.  
Gérer la traduction du site.  
Modification simple du thème fourni avec les CSS  
Création d'une page de contenu dynamique  
Sécuriser et manipuler le site  
Limiter l'accès du site pendant les travaux  
Déplacer le site d'un serveur à l'autre  
Sauvegarde et restauration de la base de données  
Création d'un Intranet  
Administrer le site à plusieurs  
Créer des utilisateurs  
Gérer les droits d'accès avancés

#### ■ Analyser le trafic

Installation d'un traqueur  
Analyse des mots-clés et expressions performantes  
Statistiques et indicateurs de performance  
Mettre en place des tableaux de bords décisionnels

#### ■ Aspects juridiques

Les obligations légales à respecter dans l'usage de contenus et la collecte de données

#### ■ Fidéliser les clients

Les méthodes pour fidéliser les clients :  
Email de promotion en lien avec les achats déjà effectués  
Evaluation des achats  
Mise en place de carte de fidélité  
Réductions personnalisées  
Invitation VIP

#### ■ L'alternative des places de marché

Définition des places de marchés  
Intérêts et risques à être présent sur ces plateformes

# Module 4 : Fondamentaux du marketing et techniques de vente

## OUTILS

Business Model Nouvelle Génération (Canvas)  
Mode d'emploi  
Livret méthodologique

## MODALITES

Regroupements collectifs séquencés en temps de transferts de contenu «cours magistral » et temps de mise en pratique sur l'entreprise du stagiaire.

Ces temps de mise en pratique prennent la forme de temps en collectif, en petits sous-groupes en présence du formateur face aux stagiaires

## DUREE

4 jours

## OBJECTIFS

Connaître les fondamentaux du marketing et l'importance de la relation client  
Transformer l'appel téléphonique en entretien  
Identifier ses points forts et ses points de vigilance en situation de négociation  
Adopter la bonne posture pour atteindre son objectif tout en préservant la qualité de la relation  
Préparer ses négociations avec efficacité  
Mener ses négociations pour aboutir à une conclusion mutuellement satisfaisante  
Mieux gérer les situations de blocage en négociation et sortir des situations tendues

## CONTENU

### ■ Fondamentaux du marketing

Le Marketing : Définitions et utilité (missions, démarche, outils)  
Principales missions du marketing (3): diagnostic, recommandation et mise en œuvre  
Evolutions & Tendances : Webmarketing, médias sociaux, tendances clés  
Analyse de son environnement, de la concurrence et des publics-cibles (segmentation, positionnement, stratégies produit)  
Définition de la stratégie marketing : les étapes clés  
Segmentation et ciblage des marchés prioritaires  
Le positionnement d'une marque ou d'une gamme de produits/services  
Réalisation d'un plan marketing (structure et démarche)  
Structure type d'un plan marketing  
Méthodes et outils de pilotage et de contrôle

### ■ La relation client

Identifier les parties prenantes de la relation commerciale  
Comprendre les enjeux de la relation client :  
L'image  
Le chiffre d'affaire  
La fidélisation  
Comprendre les attentes du client  
Gestion de la relation client  
Comportement : distinguer l'objectif opérationnel de l'objectif relationnel  
Ecoute : établir le contact et favoriser la confiance  
Détecter les attentes du client  
Mettre en valeur une solution  
Accepter critiques et objections  
Gestion des réclamations et insatisfactions  
Faire face aux situations délicates :  
Annoncer un retard, une mauvaise nouvelle  
Savoir refuser en préservant la relation  
Gérer un incident, une insatisfaction  
Maintenir et valoriser le contact après l'intervention

# Module 4 : Fondamentaux du marketing et techniques de vente...Suite

## OUTILS

Business Model Nouvelle Génération (Canvas)  
Mode d'emploi  
Livret méthodologique

## MODALITES

Regroupements collectifs séquencés en temps de transferts de contenu «cours magistral » et temps de mise en pratique sur l'entreprise du stagiaire.

Ces temps de mise en pratique prennent la forme de temps en collectif, en petits sous-groupes en présence du formateur face aux stagiaires

## DUREE

4 jours

## OBJECTIFS

Connaître les fondamentaux du marketing et l'importance de la relation client  
Transformer l'appel téléphonique en entretien

Identifier ses points forts et ses points de vigilance en situation de négociation

Adopter la bonne posture pour atteindre son objectif tout en préservant la qualité de la relation

Préparer ses négociations avec efficacité  
Mener ses négociations pour aboutir à une conclusion mutuellement satisfaisante  
Mieux gérer les situations de blocage en négociation et sortir des situations tendues

## CONTENU

### ■ Convaincre vos futurs clients de vous rencontrer

Préparer sa prospection

Définir sa cible de prospects

Constituer son fichier prospects

Fixer ses objectifs de prospection

Se mettre en conditions optimales

Techniques de communication téléphonique

Savoir se présenter et susciter l'intérêt

Savoir franchir le barrage du secrétariat

Développer une écoute active

Détecter les besoins du prospect

Rédiger son scénario téléphonique

Se préparer aux objections des prospects

### ■ Entretien de négociation

Négocier, c'est quoi ?

La préparation de l'entretien de négociation :

Les objectifs (court, moyen et long terme)

Le timing de l'entretien

Les intérêts communs

La posture et le déroulement de l'entretien

Se préparer à répondre aux principales objections

La conclusion

Les éléments en jeu en négociation

Les personnes (matrice sur les attitudes fondamentales

l'interlocuteur convergent, neutre ou divergent)

Les attitudes relationnelles

Les facteurs qui contribuent à générer la confiance / les critères de légitimité

Les pièges de l'argumentation

Basculer sur la vente

Développer un argumentaire commercial

Comprendre les différentes étapes de l'entretien de vente

Repérer les signaux d'achat du client et amener la négociation du prix



# Module 4 : Fondamentaux du marketing et techniques de vente...Suite

## OUTILS

Business Model Nouvelle Génération (Canvas)  
Mode d'emploi  
Livret méthodologique

## MODALITES

Regroupements collectifs séquencés en temps de transferts de contenu «cours magistral » et temps de mise en pratique sur l'entreprise du stagiaire.

Ces temps de mise en pratique prennent la forme de temps en collectif, en petits sous-groupes en présence du formateur face aux stagiaires

## DUREE

4 jours

## OBJECTIFS

Connaître les fondamentaux du marketing et l'importance de la relation client  
Transformer l'appel téléphonique en entretien  
Identifier ses points forts et ses points de vigilance en situation de négociation  
Adopter la bonne posture pour atteindre son objectif tout en préservant la qualité de la relation  
Préparer ses négociations avec efficacité  
Mener ses négociations pour aboutir à une conclusion mutuellement satisfaisante  
Mieux gérer les situations de blocage en négociation et sortir des situations tendues

## CONTENU

- **Les enjeux de la gestion de situations difficiles**  
Reconnaître les types de clients difficiles, et adapter sa posture en conséquence  
Le client arrogant, Le client chronophage, Le client expert, qui croit mieux savoir que vous, Le « bon copain », Le client pointilleux, Le client rôleur/contestataire/protestataire, Le client éternellement insatisfait, Le client versatile, Le client mutique, la communication difficile  
Résoudre et désamorcer les situations de conflit  
Comprendre l'insatisfaction d'un client  
Reconnaître les signes avant-coureurs pour mieux prévenir la situation  
Analyser les causes de l'insatisfaction du client/les facteurs déclencheurs de mécontentement  
Comprendre les attentes du client mécontent pour regagner sa satisfaction  
Ouvrir le dialogue, Pratiquer l'écoute active  
Clarifier les attentes et les besoins de la personne : la faire parler, reformuler  
Adopter la bonne attitude pour favoriser la confiance  
Le choix des mots, La posture  
L'attitude mentale (son état d'esprit), Rechercher des solutions  
Clarifier et s'assurer des intentions communes, s'assurer qu'on est sur la même longueur d'ondes  
Chercher des points d'accord, Construire une posture gagnant/gagnant  
Prendre des engagements concrets (qui fait quoi, quand, comment)  
Savoir mettre fin à l'échange  
Tirer des enseignements des situations de conflits  
Repérer les incidents fréquents  
Tirer des conclusions (remise en question de certaines pratiques)  
Mettre en place des indicateurs de suivi des réclamations  
Mettre en place des procédures, adopter certains réflexes en matière de gestion de conflits

# Module 5 : Stratégie de communication et déclinaison sur le Web

## OUTILS

Vidéo de vente  
Livret méthodologique  
Les 7 étapes de l'entretien de vente  
Grille de progrès  
Le pitch  
Plan de communication  
Techniques d'argumentation

## MODALITES

Regroupements collectifs séquencés en temps de transferts de contenu « cours magistral » et temps de mise en pratique sur l'entreprise du stagiaire. Ces temps de mise en pratique prennent la forme de temps en collectif, en petits sous-groupes en présence du formateur face aux stagiaires

## DUREE

4 jours

## OBJECTIFS

Connaître les fondamentaux de la communication  
Choisir une documentation adaptée en fonction de la cible visée  
Rédiger pour mieux délivrer son message  
Concevoir ses premiers outils de communication  
Appréhender les réseaux sociaux  
Connaître les règles du référencement et de l'e-réputation

## CONTENU

- **Les fondamentaux de la communication**
  - Définir ses objectifs et son message
  - Quelles cibles atteindre ? Objectifs marketing et commerciaux
  - Dans quel but ? Ventes, image, conquête, différenciation, fidélisation
  - Pour délivrer quel message ?
  - Quels sont les points forts et le caractère distinctif de mon entreprise ?
  - Quelles documentations pour quelles cibles ?
  - Print, Web et Digital selon ses objectifs
  - Les documentations Print
    - Avantages, inconvénients, limites
    - Les points à surveiller : la typologie, la mise en page, la psychologie des formes et des couleurs
    - Le vocabulaire graphique et les termes techniques des interlocuteurs de la chaîne graphique
    - Brochure commerciale et plaquette publicitaire : trouver le juste équilibre entre image institutionnelle et promotion des produits ou services
    - Choix des visuels, témoignages et citations : le cadre réglementaire.
  - Les documentations Web et Digitales
    - Avantages, inconvénients, limites
    - Évolution vers la digitalisation des supports : cas des tablettes et des écrans
    - Attitudes et usages des lecteurs, mode de lecture des internautes
    - Développer un style rédactionnel adapté aux spécificités du Web et des outils de consultation (tablettes, smartphones)
    - Enrichir le contenu par les visuels et effets spéciaux : animation, son, vidéo
    - Règles de déontologie sur le Web et les médias sociaux
    - Rédiger les textes
    - S'approprier et appliquer les règles de la communication écrite
    - Apprendre à écrire court
    - Créer des niveaux de lecture
    - Mettre en valeur le texte
    - Optimiser l'impact des mots et des images en Print, Web ou Digital

# Module 5 : Stratégie de communication et déclinaison

## sur le Web...Suite

### OUTILS

Vidéo de vente  
Livret méthodologique  
Les 7 étapes de l'entretien de vente  
Grille de progrès  
Le pitch  
Plan de communication  
Techniques d'argumentation

### MODALITES

Regroupements collectifs séquencés en temps de transferts de contenu « cours magistral » et temps de mise en pratique sur l'entreprise du stagiaire. Ces temps de mise en pratique prennent la forme de temps en collectif, en petits sous-groupes en présence du formateur face aux stagiaires

### DUREE

4 jours

### OBJECTIFS

Connaître les fondamentaux de la communication  
Choisir une documentation adaptée en fonction de la cible visée  
Rédiger pour mieux délivrer son message  
Concevoir ses premiers outils de communication  
Appréhender les réseaux sociaux  
Connaître les règles du référencement et de l'e-réputation

### CONTENU

- **Concevoir votre infolettre (newsletter)**
  - Diffuser une newsletter (infolettre) électronique
  - Analyse et typologie des newsletters
  - Définir les cibles et les objectifs de communication de votre newsletter
  - Repérer les solutions techniques et choisir la solution la plus adaptée aux besoins identifiés:
  - Publipostage avec les outils bureautiques
  - Logiciels dédiés
  - Prestataires spécialisés
  - Connaître et respecter la législation en vigueur (CNIL et LCEN)
  - Concevoir et réaliser votre newsletter
  - Choisir les messages clés à communiquer
  - Structurer le contenu de la lettre
  - Concevoir la maquette
  - Définir la charte graphique
  - Bien utiliser la couleur
  - Enrichir la newsletter
  - Ajouter des liens hypertexte
  - Illustrer la newsletter avec des photos
  - Intégrer les contraintes d'affichage des images
  - Veiller à la mise en page et à l'ergonomie
  - Diffuser la newsletter et favoriser l'ouverture
  - Définir des champs d'en-tête pertinents : expéditeur, objet
  - Optimiser la délivrabilité (filtres anti-spam)
  - Mesurer l'efficacité : bounced, taux d'ouverture et taux de clic
- **Réseaux sociaux**
  - Présentation-Définitions
  - L'utilisateur, acteur des réseaux sociaux
  - Les différents grands réseaux sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Pinterest, Tumblr, Foursquare...
  - Présentation et sélection des outils
  - Création et valorisation de profil
  - Bonnes pratiques et utilisation contrôlée
  - Profil
  - Recommandations
  - Mise en relation

# Module 5 : Stratégie de communication et déclinaison sur le Web...Suite

## OUTILS

Vidéo de vente  
Livret méthodologique  
Les 7 étapes de l'entretien de vente  
Grille de progrès  
Le pitch  
Plan de communication  
Techniques d'argumentation

## MODALITES

Regroupements collectifs séquencés en temps de transferts de contenu « cours magistral » et temps de mise en pratique sur l'entreprise du stagiaire. Ces temps de mise en pratique prennent la forme de temps en collectif, en petits sous-groupes en présence du formateur face aux stagiaires

## DUREE

4 jours

## OBJECTIFS

Connaître les fondamentaux de la communication  
Choisir une documentation adaptée en fonction de la cible visée  
Rédiger pour mieux délivrer son message  
Concevoir ses premiers outils de communication  
Appréhender les réseaux sociaux  
Connaître les règles du référencement et de l'e-réputation

## CONTENU

### ■ Référencement Internet & E-Réputation

Définition  
Moteurs de recherche, annuaires, annuaires de recherche, métamoteurs, moteurs de moteurs de recherche  
Sites référents  
Distinction indexation-référencement-positionnement  
Bonnes pratiques de référencement naturel  
Choix de « mots clefs »  
Url, Balises, Densité, Organisation des contenus, liens internes, liens externes  
Contacts, recommandations, commentaires, annonces et actualités  
Lexique (Trustrank, PageRank, Sandbox...)  
Techniques de référencement payant  
Outils de référencement  
Google : Adresse, Shopping, Images, Adwords, Pénalités Google  
Analyse et outils

### Les différents types de présence sur Internet | Entre référencement et E-Réputation

Site Internet , Moteurs de recherche, Réseaux sociaux, Blogs  
Wiki & Espaces collaboratifs, Flux, Fora professionnels  
Réseaux de partage de contenus (YouTube, Slideshare ...)

### Notion de E-Réputation

Définitions | Visibilité / E-Réputation | Identité numérique |  
Personnal-Pro Branding  
Les différents types de présence  
Risques  
Contexte juridique  
Droit de l'internet  
Obligations professionnelles (Auteur, Editeur, Hébergeur)  
Droit des personnes , Propriété intellectuelle, Droit de la concurrence, Droit de la Presse  
Sources d'influence, acteurs et lieux d'expression  
Distinction Vie privée / Vie Professionnelle & E-Réputation  
Méthodes ou outils de veille  
Se créer une identité numérique & la valoriser  
Veille  
Effacer ses traces  
Se renseigner sur ses interlocuteurs  
Situations de crise et possibilités d'intervention

### Module 6 : Recrutement, Intégration, Droit du travail

#### OUTILS

Etude de cas  
Textes de références

#### MODALITES

Regroupements collectifs séquencés en temps de transferts de contenu «cours magistral » et temps de mise en pratique sur l'entreprise du stagiaire.

Ces temps de mise en pratique prennent la forme de temps en collectif, en petits sous-groupes en présence du formateur face aux stagiaires

#### DUREE

4 jours

#### OBJECTIFS

Connaître les spécificités des différents contrats et leurs conséquences  
Comprendre les enjeux du recrutement  
Mener à bien le processus de recrutement  
Maîtriser et appliquer le cadre légal qui s'applique en matière de recrutement  
Réussir l'intégration des nouvelles recrues au sein de l'entreprise en utilisant les fondamentaux du management  
Se préparer à l'entretien professionnel

#### CONTENU

##### ■ Fondamentaux et base du droit du travail

Obligations de l'employeur  
Obligations du salarié  
Connaître les formes de contrats possibles et les distinguer des contrats voisins : CDI, CDD, contrats aidés, Sous-traitance ; Portage salarial, Stage (depuis la loi sur l'égalité des chances), Travail temporaire  
Repères : Connaître la structure du droit du travail, Articulation convention collective / code du travail  
Acquérir une méthodologie de recherche pour donner des réponses justes et fiables :  
Utiliser les sources du droit du travail  
Identifier les incidences de la convention collective dans la gestion des ressources humaines  
Savoir chercher l'information | Savoir évaluer la pertinence des sources et des informations recueillies  
Actualités – Jurisprudence  
Changements légaux et jurisprudentiels majeurs des dernières années,  
Choix politiques et tendances | Esprit du législateur actuel et futur (confirmation - revirement)  
Obligations légales : Affichage, Registre(s), Représentation du personnel, Règlement intérieur , Utilité de certains outils (le règlement intérieur)

##### ■ Procéder à son 1er recrutement

Définition du besoin  
Identifier les raisons d'un recrutement  
Définir la fiche de poste  
Les aspects financiers du recrutement  
Éléments de salaire, fourchette de rémunération, aides à l'embauche

##### ■ Offre et sélection des candidatures

L'offre d'emploi  
Identifier les compétences nécessaires  
Rédiger une offre attractive  
Choisir les supports de diffusion  
Sélection des candidatures  
Formuler les critères de recrutement  
Hiérarchiser les

## Module 6 : Recrutement, Intégration, Droit du travail...Suite

### OUTILS

Etude de cas  
Textes de références

### MODALITES

Regroupements collectifs séquencés en temps de transferts de contenu «cours magistral » et temps de mise en pratique sur l'entreprise du stagiaire.

Ces temps de mise en pratique prennent la forme de temps en collectif, en petits sous-groupes en présence du formateur face aux stagiaires

### DUREE

4 jours

### OBJECTIFS

Connaître les spécificités des différents contrats et leurs conséquences  
Comprendre les enjeux du recrutement  
Mener à bien le processus de recrutement  
Maîtriser et appliquer le cadre légal qui s'applique en matière de recrutement  
Réussir l'intégration des nouvelles recrues au sein de l'entreprise en utilisant les fondamentaux du management  
Se préparer à l'entretien professionnel

### CONTENU

#### ■ Entretien et intégration

Conduite de l'entretien  
Se préparer et poser les bonnes questions  
Identifier les motivations  
Choix du meilleur candidat  
Valider l'adéquation poste/candidat  
Identifier le « savoir être » et le potentiel  
Intégration dans l'entreprise  
Favoriser une prise de poste réussie  
Gérer la période d'essai

#### ■ Manager l'activité professionnelle des salariés en intégrant le droit du travail

Rédiger le contrat à durée indéterminée en évitant les erreurs  
Respecter les clauses obligatoires  
Rédiger avec soin les clauses de souplesse : mobilité géographique ; objectifs ; télétravail  
Maîtriser les clauses sensibles telles : non-concurrence, dédit formation  
Gérer la période d'essai avec vigilance  
Rédiger et gérer les contrats à temps partiel depuis la Loi de Sécurisation de l'Emploi  
Insérer les clauses obligatoires (horaires, répartition...)  
Modifier la répartition des horaires à temps partiel  
Modifier le contrat de travail : souplesse et contraintes des avenants  
Distinguer modifications du contrat ou des conditions d'exécution du contrat  
Modifier le lieu de travail, la qualification, la rémunération  
Mettre en œuvre une période de mobilité volontaire externe sécurisée  
Respecter les procédures et rédiger les avenants  
Tirer les conséquences du refus du salarié  
Conclure et gérer le CDD et le contrat d'intérim en toute sécurité juridique  
Utiliser les motifs et les durées en toute légalité  
Tenir compte de la surcotation chômage en cas de CDD courts  
Renouveler ou enchaîner les CDD/intérim  
Gérer au quotidien des intérimaires ou CDD et la fin de contrat  
Se prémunir des risques de requalification  
Fixer et évaluer les objectifs dans le respect du contrat de travail

## Module 6 : Recrutement, Intégration, Droit du travail...Suite

### OUTILS

Etude de cas  
Textes de références

### MODALITES

Regroupements collectifs séquencés en temps de transferts de contenu «cours magistral » et temps de mise en pratique sur l'entreprise du stagiaire.

Ces temps de mise en pratique prennent la forme de temps en collectif, en petits sous-groupes en présence du formateur face aux stagiaires

### DUREE

4 jours

### OBJECTIFS

Connaître les spécificités des différents contrats et leurs conséquences  
Comprendre les enjeux du recrutement  
Mener à bien le processus de recrutement  
Maîtriser et appliquer le cadre légal qui s'applique en matière de recrutement  
Réussir l'intégration des nouvelles recrues au sein de l'entreprise en utilisant les fondamentaux du management

### CONTENU

#### ■ Entretien et intégration

Veiller au respect des responsabilités d'employeur en matière de santé au travail  
Manager sans harceler ni discriminer  
Exercer le pouvoir disciplinaire et sanctionner les comportements fautifs  
Gérer les ruptures du contrat de travail  
Connaître les différents modes de départs possibles (démission, licenciement, rupture conventionnelle) et leurs conséquences.  
Connaître les règles et procédures à respecter

#### ■ Conduire les entretiens professionnels

Cadre légal et enjeux  
Préparer l'entretien professionnel  
Conduire l'entretien professionnel, les étapes clés à respecter

# Module 7 : Protection sociale de l'entrepreneur et de son conjoint

## OUTILS

Etude de cas  
Textes de références

## MODALITES

Regroupements collectifs séquencés en temps de transferts de contenu «cours magistral » et temps de mise en pratique sur l'entreprise du stagiaire. Ces temps de mise en pratique prennent la forme de temps en collectif, en petits sous-groupes en présence du formateur face aux stagiaires

## DUREE

4 jours

## OBJECTIFS

Comprendre et maîtriser sa protection sociale  
Appréhender les principes de base du régime obligatoire et complémentaire  
Connaître les possibilités de couverture en fonction de son statut  
Anticiper les difficultés financières liées à un problème de santé  
Appréhender le statut de son conjoint  
Se réinterroger quant aux avantages et conséquences de l'évolution de son statut juridique

## CONTENU

- **Protection sociale du chef d'entreprise**  
L'organisation de la protection sociale obligatoire des indépendants  
Être informé des démarches liées au changement de statut social  
Connaître ses droits en termes de prestations familiales et prestations maladie  
Préparer sa retraite  
Comprendre le fonctionnement de la retraite obligatoire  
Prévoir une retraite facultative  
Calculer les cotisations sociales obligatoires  
Apprendre les bases de calcul des cotisations sociales  
Visualiser un échéancier des cotisations sociales  
Connaître les exonérations de charges sociales  
La complémentaire santé  
Pourquoi faut-il une complémentaire santé, une protection arrêt de travail ?  
Quelles questions poser pour faire le bon choix ?  
Le management et la fin de la relation  
Les différents modes de management  
Les obligations de l'employeur  
Le statut du conjoint
- **Entrepreneurs, les risques que vous devez vous assurer**  
Risques auxquels l'entreprise est exposée :  
Les risques de Responsabilité  
La Responsabilité Civile professionnelle  
Les risques de dommage aux biens (vol, incendie, bris de matériels,..)  
La couverture des pertes d'exploitation  
Les assurances de véhicule  
L'incapacité temporaire ou définitive d'un homme clé  
Les obligations de Prévoyance prévues  
Risques auxquels le dirigeant est exposé :  
La maladie, l'accident du dirigeant  
La Responsabilité Civile des Dirigeants Sociaux  
La protection juridique du dirigeant  
La perte d'emploi du dirigeant  
Le décès d'un associé



## Module 7 : Protection sociale de l'entrepreneur et de son conjoint... Suite

### OUTILS

Etude de cas  
Textes de références

### MODALITES

Regroupements collectifs séquencés en temps de transferts de contenu « cours magistral » et temps de mise en pratique sur l'entreprise du stagiaire. Ces temps de mise en pratique prennent la forme de temps en collectif, en petits sous-groupes en présence du formateur face aux stagiaires

### DUREE

4 jours

### OBJECTIFS

Comprendre et maîtriser sa protection sociale  
Appréhender les principes de base du régime obligatoire et complémentaire  
Connaître les possibilités de couverture en fonction de son statut  
Anticiper les difficultés financières liées à un problème de santé  
Appréhender le statut de son conjoint  
Se réinterroger quant aux avantages et conséquences de l'évolution de son statut juridique

### CONTENU

- **Réinterroger son statut juridique**
  - Les différentes formes d'entreprises
  - L'entreprise individuelle et le régime de la microentreprise
  - Les sociétés
  - Caractéristiques des structures juridiques les plus fréquentes
  - Changer de statut juridique
  - Rappel des points déclencheurs du changement
  - Identifier les critères de choix
  - Les démarches administratives, fiscales et sociales pour changer de régime
  - La nouvelle organisation de la gestion de l'entreprise
  - Chiffrer le changement
  - Modalités du changement juridique
  - Procédure à suivre
  - Obligations légales
  - Effet de la transformation : juridique, fiscal et social

### Module 8 : Rédiger des contrats en toute assurance

#### OUTILS

Etude de cas  
Textes de références

#### MODALITES

Regroupements collectifs séquencés en temps de transferts de contenu «cours magistral » et temps de mise en pratique sur l'entreprise du stagiaire. Ces temps de mise en pratique prennent la forme de temps en collectif, en petits sous-groupes en présence du formateur face aux stagiaires

#### DUREE

4 jours

#### OBJECTIFS

Maitriser les bases du droit des contrats appliqué à la vie de l'entreprise  
Identifier les enjeux juridiques de la vente et de la prestation de service  
Appréhender la rédaction des conditions générales de vente

#### CONTENU

- **Les fondamentaux de la formation du contrat**  
La valeur des écrits (fax, mail, photocopie, ...)  
Le contrat, la loi des parties, Règles impératives et supplétives  
Le rôle du devis et de la facture  
Conflits entre Conditions Générales de Vente/d'Achat  
Lettre d'intention de commandes, Obligation de conseil du vendeur, Accord ou contrat cadre, Sort des commandes passées hors du circuit, La signature électronique
- **Négocier les obligations réciproques**  
Obligation de moyen ou de résultat, Cahier des charges technique ou fonctionnel
- **Négocier les clauses essentielles**  
Définition de l'objet, Langue contractuelle  
Date d'entrée en vigueur, durée, Modalités de révision du prix  
Délais de règlement, délais et lieu de livraison, Transfert de propriété et risques, Garantie contractuelle, Limitation de la responsabilité, Engagement de confidentialité, Sous-traitance du contrat, Garantie contre l'éviction, règlement des litiges
- **Que faire en cas d'inexécution ?**  
Suspendre l'exécution de ses obligations, résolution, résiliation  
Pénalités, avantages, inconvénients
- **S'initier au droit des baux commerciaux**  
Cadre juridique du statut des baux commerciaux  
Conditions relatives à la chose louée et conditions relatives au preneur, Les règles incontournables à respecter
- **Le droit de la concurrence**  
Pratiques discriminatoires, Transparence tarifaire, Peut-on refuser de vendre ?  
Revente à perte, Rupture abusive des relations commerciales
- **S'initier au contrat international**  
Définition du droit applicable et juridiction compétente  
Définition des incoterms
- **En pratique**  
La rédaction des Conditions Générales de Vente

## Développement durable et responsabilité sociétale des entreprises

### Module 9 : Rendre son entreprise plus écoresponsable au quotidien

#### OUTILS

Etude de cas  
Appli / web RSE  
Textes de références

#### MODALITES

Regroupements collectifs séquencés en temps de transferts de contenu « cours magistral » et temps de mise en pratique sur l'entreprise du stagiaire. Ces temps de mise en pratique prennent la forme de temps en collectif, en petits sous-groupes en présence du formateur face aux stagiaires

#### DUREE

4 jours

#### OBJECTIFS

Appréhender les fondamentaux d'une démarche écoresponsable  
Interroger le positionnement de son entreprise par rapport à cette démarche  
Etablir une stratégie écoresponsable  
Sélectionner les bons partenaires

#### CONTENU

- **Les fondamentaux du développement durable**  
Qu'est-ce que le développement durable ?  
Quels sont les enjeux ?  
Ce "qu'est" et ce "que n'est pas" le Développement Durable  
Les notions fondatrices : Economique, Sociale, Environnementale  
Les acteurs incontournables : le citoyen, les gouvernements, les collectivités, les ONG, l'entreprise, etc.  
Les engagements actuels des entreprises écoresponsables  
Les textes réglementaires incontournables  
La Responsabilité sociétale des entreprises
- **Les bénéfices à retirer pour son entreprise d'une démarche écoresponsable**  
**Améliorer la performance énergétique de son entreprise**  
S'engager dans la transition énergétique  
Les principales notions à acquérir pour réaliser son bilan énergétique  
Établir un plan d'actions pertinent : Agir sur les comportements  
Les méthodes de travail, Raisonner énergies renouvelables  
**Réduire son bilan carbone, penser en cycle de vie des produits**  
Les principales notions à acquérir pour réaliser :  
Le bilan carbone de son entreprise  
Le bilan des gaz à effet de serre (BEGES) de son entreprise  
Lire et exploiter un bilan carbone, chercher les pistes d'amélioration  
Le plan de mobilité : de l'obligation à l'opportunité  
La notion de cycle de vie du produit  
Principes et méthodes et d'écoconception  
Enjeux pour l'entreprise  
La communication environnementale associée  
**Les fondamentaux de l'économie circulaire**  
Comprendre les principes de l'économie circulaire  
Les acteurs de l'économie circulaire, Raisonner opportunités d'entreprises

## Module 9 : Rendre son entreprise plus écoresponsable au quotidien...Suite

### OUTILS

Etude de cas  
Appli / web RSE  
Textes de références

### MODALITES

Regroupements collectifs séquencés en temps de transferts de contenu «cours magistral » et temps de mise en pratique sur l'entreprise du stagiaire. Ces temps de mise en pratique prennent la forme de temps en collectif, en petits sous-groupes en présence du formateur face aux stagiaires

### DUREE

4 jours

### OBJECTIFS

Appréhender les fondamentaux d'une démarche écoresponsable  
Interroger le positionnement de son entreprise par rapport à cette démarche  
Etablir une stratégie écoresponsable  
Sélectionner les bons partenaires

### CONTENU

#### **Biodiversité et entreprise**

Le cadre réglementaire, les acteurs clés.  
Interaction entreprise, milieux naturels et biodiversité  
Faire de la biodiversité un atout pour l'entreprise  
Identifier des pistes d'actions pour intégrer la biodiversité dans sa politique environnementale

#### ■ **Les bénéfices pour l'entreprise d'achats écoresponsable**

Identifier ses besoins  
Définir son niveau d'exigence  
Elaborer son cahier des charges  
Evaluer et sélectionner ses fournisseurs  
Suivre les conditions d'exécution

#### ■ **Valoriser sa démarche écoresponsable**

Mettre en avant sa démarche écoresponsable et communiquer sur celle-ci

#### ■ **Les idées simples pour rendre votre entreprise plus durable au quotidien**

Être responsable dans sa vie quotidienne : Modifier ses comportements, Les éco-gestes  
S'y retrouver dans les logos, les labels et certifications

# Des moyens pour assurer le déploiement « mallette du dirigeant 2018 »

## Des partenariats

Des partenariats ont été développés avec :

- **Des établissements bancaires** : diffusion de l'offre auprès de cibles identifiées par leur soin, participation aux Petits déjeuners professionnels au cours desquels BGE présente ses offres de formation TPE. Engagement de nos partenaires de prescriptions sur nos sessions de formation.
- **Des organismes de financement à la création reprise TPE** : France Active, ADIE, Initiative
- **Des associations de commerçants** : diffusion de l'offre auprès des commerçants, présentation par BGE de l'offre à l'occasion des différentes AG, rendez-vous avec les Présidents.
- **Comptables** : engagement de nos partenaires de diffusion et prescription auprès de leurs clients

## Des moyens dédiés à la commercialisation

BGE Auvergne développe une organisation pour assurer le déploiement de cette offre, le développement et mise en œuvre des sessions de formation /

- Un consultant formateur référent de l'action en soutien aux consultants sur les territoires
- Un professionnel en charge de la commercialisation
- Une assistante administrative dans le suivi des dossiers

## Un plan de communication

La clé de réussite de la prestation passe par la capacité à informer les ressortissants AGEFICE de l'existence locale de l'offre et de réaliser un travail de proximité visant à faire émerger leurs besoins.

### SUPPORTS DE COMMUNICATION DEDIES

Plusieurs outils de communication seront réalisés pour promouvoir la **Mallette du Dirigeant** auprès du public de dirigeant ciblé et des prescripteurs. Ces supports de communication reprendront le logotype de l'Agefice, et la charte graphique spécifique s'il y a lieu, conçus par l'Agefice pour la Mallette du dirigeant. Une consultante en interne en charge de la communication : réalisation de supports, diffusion.



### CATALOGUE DE FORMATION

L'offre MDD est intégrée au catalogue de formation édité chaque année par BGE AUVERGNE. Cette année encore, le catalogue est disponible en version web et papier dans l'ensemble de nos lieux d'accueil, de ceux de nos partenaires ... ou sur demande

## FLYERS et AFFICHES

Les flyers ont pour but d'informer sur les thématiques les dates et les lieux des formations. Ils sont diffusés auprès de nos partenaires ainsi que les réseaux de créateurs d'entreprise) pour qu'ils puissent remettre un support physique aux des dirigeants. Des affiches A3 sont remises aux partenaires avec les thématiques, les dates et les lieux correspondant aux territoires



## SITE INTERNET

Le site internet de BGE AUVERGNE permet de :

- De télécharger le programme de toutes les formations de connaître les lieux et dates des prochaines formations faire une demande d'information et d'inscription directement au responsable de formation
- D'accéder à des portraits et témoignages des précédents créateurs ayant bénéficié de la Mallette du dirigeant





Une bannière dédiée sera mise en ligne sur les pages « formation », sur les Réseaux sociaux et au travers du Bureau virtuel, plateforme numérique permettant au futur chef d'entreprise et à l'entrepreneur déjà installé de disposer d'une base d'information sécurisée et fiable.



Gagnez en compétences sur les fondamentaux de l'entreprise et les sujets prioritaires du chef d'entreprise.

Développer son entreprise, c'est aussi se former. BGE intervient comme un vrai partenaire de votre formation professionnelle. En collaboration avec l'Agefice, nous vous proposons la Mallette du dirigeant.



Donnez un coup d'accélérateur à votre activité grâce à la Mallette du dirigeant

La Mallette du dirigeant est un dispositif initié par l'Agefice. BGE est l'un des opérateurs retenus pour l'animation de cette formation.

Faire évoluer son entreprise

La mallette du dirigeant propose une prise de recul stratégique sur son entreprise, afin de définir de nouvelles pistes de développement. Le diagnostic détaillé de votre activité et des performances est important pour la pérennité de votre entreprise. Lors de la formation, un expert vous aide à mettre en place un plan d'actions sur mesure.



La formation professionnelle est un atout pour l'entreprise et son développement.

## DÉFINITION

**LAGEFICE** (Association de gestion de l'assurance de l'entreprise) est le fonds d'assurance formation compétent pour le financement des actions de formation des commerçants et dirigeants non-salariés du...

## MAILING CREATEURS & PARTENAIRES

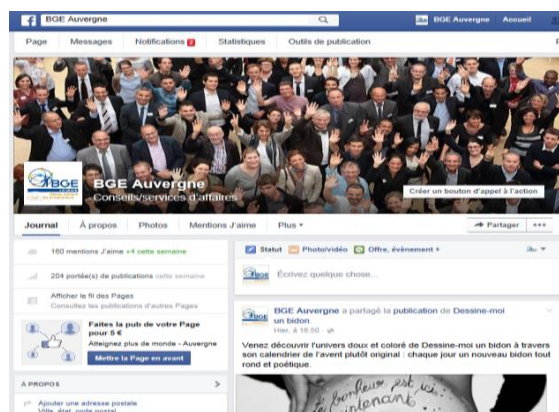
- 2 mailings, l'un à destination de nos créateurs, l'autre à destination des partenaires partiront à intervalle de 15 jours (dès que les dates de formation seront fixées).
- Ces mailings informeront des thématiques, des dates et mettront à chaque fois en lumière un ancien créateur ayant bénéficié de la Mallette du dirigeant. L'objectif étant de donner des exemples concrets des contenus, de l'apport au « stagiaire » et de montrer la diversité des créateurs.

## RESEAUX SOCIAUX PROFESSIONNELS

- Diffuser l'offre de formation sur les réseaux sociaux professionnels permettrait d'accroître sa visibilité. Ce sont des outils de veille très efficaces.

## FACEBOOK

- La page Facebook : [www.facebook.com/bgeauvergne](http://www.facebook.com/bgeauvergne) permet actuellement des prises de contact simplifiées de la part des créateurs.
- C'est un moyen efficace de diffuser les prochaines dates de formation.



## **LA PRESSE**

- Des communiqués de presse seront diffusés à la presse locale et régionale (écrite, radio, web) pour promouvoir la mallette du dirigeant et communiquer sur les dates des actions.
- Ils pourront être diffusés également via la presse économique nationale et régionale en lien avec le service presse de BGE Réseau.
- 

## **EVENEMENTS SALON**

- BGE assurera la promotion de la « Mallette du Dirigeant » AGEFICE à travers les événements et les actions de communication organisées par BGE sur chaque territoire ainsi que des différentes manifestations Régionales (Salon des entrepreneurs, Semaine des TPE...) et nationales auxquelles BGE participe.

## **MAILING CREATEURS & PARTENAIRES**

- 2 mailings, l'un à destination de nos créateurs, l'autre à destination des partenaires (experts comptables, réseau de la création, banques, assureurs ect...) partiront à intervalle régulier (dès que les dates de formation seront fixées).
- Ces mailings informeront des thématiques, des dates et mettront à chaque fois en lumière un ancien créateur ayant bénéficié de la Mallette du dirigeant. L'objectif étant de donner des exemples concrets des contenus, de l'apport au « stagiaire » et de montrer la diversité des créateurs.



## BGE AUVERGNE : CV

---

### L'expérience et qualifications des formateurs validées et régulièrement mis à jour

L'équipe de formateurs salariés dispose d'une formation minimum bac + 3 en gestion d'entreprise ou droit. Chacun justifie d'une expérience dans le domaine de l'appui aux entrepreneurs de 5 à 25 ans selon les intervenants

Par ailleurs, une sélection de formateurs indépendants a été mise en place pour répondre à des thématiques spécifiques et au niveau d'exigence technique demandé. Ils sont recrutés pour leurs compétences et expériences.

Les candidatures sont analysées lors du recrutement (formateur interne et externe). Un croisement est fait entre la formation et les expériences afin d'identifier ses compétences. L'entretien de recrutement fait l'objet d'une fiche d'entretien formateur (mise à jour à l'occasion de l'entretien annuel).

Formation, expériences et compétences sont répertoriés dans une CVthèque, archivés format informatique. La CV-thèque est mise à jour à chaque sortie et entrée d'un nouveau salarié formateur dans la structure et à chaque recrutement ou départ d'un formateur externe.

La CV-thèque (fichier formateur) qui actualise les données suivantes: NOMS, \* PRENOMS, coordonnées, TVA, Thématique de formation, Type de formation animée, outils utilisés, Evaluation des acquis, Lieu d'intervention, Tarif, Commentaires, Origine du contact

La mise à jour est enregistrée sur le fichier de synthèse

### Equipe de formateurs (salariés et indépendants) réalise des actions de formation continue

- Pour les formateurs internes: maintien et renforcement des compétences/connaissances des formateurs s de manière régulière via :
  - ⇒ processus d'intégration
  - ⇒ actions de formation
  - ⇒ participation à des séminaires
  - ⇒ échange de pratique et d'outils, tutorat...
  
- Pour les prestataires externes: ACEC BGE s'informe lors de l'entretien annuel, des actions de professionnalisation réalisées. Le responsable pédagogique veille à la mise à jour des connaissances et compétences nouvellement acquises par les formateurs, à travers la participation à des stages de formation continue tant sur le plan technique que pédagogique, à des séminaires, à des séances d'échange de pratiques et d'outils.... Ces informations relatives à l'acquisition de nouvelles compétences des formateurs sont intégrées régulièrement au fichier formateur.

Noms	Responsabilités	Formations/expériences
<b>Karima BOUZABOUNE</b>	Directrice	<b>Formation</b> Maitrise AES en Gestion Administration des Entreprises <b>Expériences professionnelles antérieures BGE</b> Directrice structure d'accompagnement à la création Les Airelles 8 ans
<b>RESPONSABLE PROJET et REFERENT AGEFICE</b>		
<b>Charlotte HARMAND</b>	Consultante formatrice Responsable pédagogique de la formation au sein de BGE Spécialité en développement, marketing Référénte offre collective BGE (formation création, atelier pour entreprendre, entrepreneur OPCA)	<b>Formation</b> Master 2 Gestion option Bancassurance Master 1 Droit des affaires <b>Expériences professionnelles antérieures BGE</b> L'expérience de 5 années en banque dans l'accompagnement de porteurs de projet et le conseil en développement d'activité des entrepreneurs, conseil en fiscalité, juridique, social, comptabilité..
<b>RESPONSABLE ADMINISTRATIVE DE LA FORMATION</b>		
<b>Sandrine CHAMBON</b>	Responsable Administrative de la formation	<b>Formation</b> DESS Psychologie du travail <b>Expériences professionnelles antérieures BGE</b> 1 an responsable administrative Pôle Emploi 1 an responsable administrative ADELFA
<b>RESPONSABLE ADMINISTRATIVE ET FINANCIERE (supervision et contrôle)</b>		
<b>Laura EDERN</b>	Comptable	<b>Formation</b> Licence PRO Gestion opérationnelle et comptabilité de la paie  DUT Gestion des entreprises et des administration
<b>EQUIPE PEDAGOGIQUE SUR LE PROJET</b>		
<b>PUY DE DOME – ALLIER – LOIRE – HAUTE-LOIRE</b>		
<b>Karima BOUZABOUNE</b>	Conseil formateur, spécialisé en stratégie, marketing et action commerciale Responsable pédagogique de la formation au sein de BGE Auvergne	<b>Formation</b> Maitrise AES en Gestion Administration des Entreprises <b>Expériences professionnelles antérieures BGE</b> Directrice structure d'accompagnement à la création Les Airelles 8 ans

<b>Mathieu REICHSTADT</b>	Consultant Formateur Spécialité en NTIC, web marketing e-commerce, référencement	<b>Formation</b> Master Pro Bioinformatique <b>Expériences professionnelles antérieures BGE</b> Ingénieur d'étude responsable système d'information à l'INRA 6 ans
<b>PUY DE DOME</b>		
<b>CLERMONT-FERRAND-BEAUMONT-RIOM</b>		
<b>Vincent MADELMONT</b>	Consultant Formateur Responsable de Formation Spécialisée gestion, stratégie, marketing, projets artistiques culturels Réfèrent auto-entreprise, Responsable antenne Riom	<b>Formations</b> DESS Marketing et Développement Commercial, option NTIC <b>Expériences professionnelles antérieures BGE</b> Responsable organisation et méthodes MEDISCAN 3 ans Conseiller financier Société Général 1 an
<b>Régis LACHAUD</b>	Consultant Formateur Responsable de Formation Spécialisée gestion, stratégie, marketing	<b>Formation</b> MASTER 2 manager du développement commercial  <b>Expériences professionnelles antérieures BGE</b> Consultant en marketing, accompagnement projet – CAPEB, Chambre des Métiers 4 ans
<b>Charlotte HARMAND</b>	Consultante formatrice Responsable pédagogique de la formation au sein de BGE Spécialité en développement, marketing Réfèrent offre collective BGE (formation création, atelier pour entrepreneur, entrepreneur OPCA)	<b>Formation</b> Master 2 Gestion option Bancassurance Master 1 Droit des affaires <b>Expériences professionnelles antérieures BGE</b> L'expérience de 5 années en banque dans l'accompagnement de porteurs de projet et le conseil en développement d'activité des entrepreneurs, conseil en fiscalité, juridique, social, comptabilité..
<b>ISSOIRE</b>		
<b>Aurore HUGON</b>	Consultante Formatrice Responsable pédagogique Formation Spécialisée en gestion, suivi administratif – comptable/Etude de marché-marketing Réfèrent : Relation banques Responsable antenne Issoire	<b>Formation</b> Master 2 Développement territorial <b>Expériences professionnelles antérieures BGE</b> Accompagnement Création Saint Etienne Métropole 1 an
<b>THIERS AMBERT</b>		
<b>Michaël BARTHELEX</b>	Consultant Formateur Responsable de Formation Spécialisée gestion, stratégie, marketing, Réfèrent développement offre interne Responsable antenne Thiers-Ambert	<b>Formation</b> Master en Entrepreneuriat - Création, Reprise d'Entreprise <b>Expériences professionnelles antérieures BGE</b> Chargé de Mission Vichy Val D'Allier 1 an
<b>ALLIER</b>		
<b>VICHY</b>		
<b>Carine BOINEAU</b>	Consultante Formatrice Responsable de Formation Spécialisée en comptabilité, en gestion d'entreprise TPE Responsable antenne Vichy	<b>Formation</b> BTS Comptabilité <b>Expériences professionnelles antérieures BGE</b> Secrétaire comptable laboratoire CREAPHARM, Crédit Agricole 1 an

<b>Lydie TREVARIN</b>	Conseiller	<p><b>Formation :</b></p> <p>DESS DUCIM Consultant en ingénierie du management</p> <p><b>Expériences :</b></p> <p>Consultant-formateur en gestion des entreprises sur la France</p> <p>Formatrice indépendante gestion, vente et communication</p>
<b>MOULINS</b>		
<b>Adélie COLETTA</b>	Consultant Formateur Responsable de Formation Spécialisée en comptabilité, en gestion d'entreprise TPE Réfèrent : Relation banques Responsable antenne Moulins	<p><b>Formation</b></p> <p>MASTER Géographie et aménagement spécialité territoires, développement, culture et gestion environnementale</p> <p><b>Expériences professionnelles antérieures BGE</b></p> <p>Chargée de projet culture et développement</p>
<b>MONTLUCON</b>		
<b>VALERIE BOILE</b>	Consultante Formatrice Responsable de Formation Spécialisée gestion de TPE – stratégie-action commerciale Responsable antenne Montluçon	<p><b>Formation</b></p> <p>DESS Création Reprise d'entreprise et Redressement d'entreprise.</p> <p><b>Expériences professionnelles antérieures BGE</b></p> <p>néant</p>
<b>HAUTE LOIRE</b>		
<b>LE PUY EN VELAY – BRIOUDE - YSSINGEAUX</b>		
<b>Aurore HUGON</b>	Consultante Formatrice Responsable pédagogique Formation Spécialisée en gestion, suivi administratif – comptable/Etude de marché-marketing Réfèrent : Relation banques Responsable antenne Le Puy en Velay-Brioude	<p><b>Formation</b></p> <p>Master 2 Développement territorial</p> <p><b>Expériences professionnelles antérieures BGE</b></p> <p>Accompagnement Création Saint Etienne Métropole 1 an</p>
<b>LOIRE</b>		
<b>ROANNE – Saint CHamond – Montbrison -</b>		
<b>Jean-Paul JOUFFRE</b>	Conseiller Formateur - Responsable de formation - Conseiller en création reprise d'entreprise et suivi post création Réfèrent commercial	<p><b>Formation</b></p> <p>Formation agent assurance</p> <p><b>Expériences professionnelles antérieures BGE</b></p> <p>Directeur agence bancaire La Poste 3 ans Conseiller commercial GENERALI 10 ans Conseiller en création 3 ans</p>





