



**PROPOSITION D'INTERVENTION DE BGE GASCOGNE
PYRENEES DANS LE CADRE DE L'APPEL A PROPOSITIONS
MALETTE DU DIRIGEANT 2018 DE L'AGEFICE**

BGE Gascoigne Pyrénées (ARTE)

119bis avenue de la 1^{ère} Armée
32000 AUCH (Siège social)
2 Impasse de la cartoucherie
65000 TARBES (Antenne)
Tél. : 05 62 05 52 55

Table des matières

PRESENTATION DE BGE GASCOGNE PYRENEES.....	3
DEROULEMENT DES MODULES DE FORMATION.....	6
METHODOLOGIE UTILISEE SUR LES MODULES	7
THEMATIQUE : COMPTABILITE – ANALYSE FINANCIERE – TABLEAUX DE BORD	8
MODULE 1 : LES FONDAMENTAUX DE LA COMPTABILITE ET DE L'ANALYSE FINANCIERE.....	8
CONTENU PEDAGOGIQUE DE LA FORMATION COLLECTIVE	8
THEMATIQUE : MARKETING ET COMMUNICATION.....	15
MODULE 4 : FONDAMENTAUX DU MARKETING ET TECHNIQUES DE VENTES	15
CONTENU PEDAGOGIQUE DE LA FORMATION COLLECTIVE	15
1. Objectifs du module :	15
2. Compétences visées :	15
3. Programme et contenus :	16
MODULE 5 : STRATEGIE DE COMMUNICATION ET DECLINAISON SUR LE WEB	22
CONTENU PEDAGOGIQUE DE LA FORMATION COLLECTIVE	22
1.Objectifs du module :	22
2. Compétences visées	22
3. Programme et contenu	22
THEMATIQUE : RESSOURCES HUMAINES ET MANAGEMENT.....	28
MODULE 7 : PROTECTION SOCIALE DE L'ENTREPRENEUR ET DE SON CONJOINT	28
CONTENU PEDAGOGIQUE DE LA FORMATION COLLECTIVE	28
OUTILS ET SUPPORTS PEDAGOGIQUES.....	32
LES OUTILS UTILISES DURANT LA FORMATION ET LES RENDEZ-VOUS	33
ACCES A DES MODULES E-LEARNING RELATIFS AUX THEMATIQUES	33
COMMUNICATION « MALLETTE DU DIRIGEANT »	35
MOYENS MATERIELS	36
INTERVENANTS SUR L'ACTION	36
NOS LOCAUX SUR LES LIEUX DE REALISATION DE LA PRESTATION	38
PARTENAIRES FINANCIERS.....	39

L'AGEFICE dans son rôle d'information, de conseil de proximité, de représentation, d'anticipation et d'adaptation aux besoins des chefs d'entreprise a initié en cours d'année 2014, l'opération « Mallette du dirigeant ».

Suite aux résultats de la 1^o opération et conforté par ceux enregistrés sur les années qui ont suivi, le Conseil d'Administration de l'Agefice a décidé d'en reconduire le principe en 2018.

Pour 2018, cinq axes thématiques ont été retenus :

- 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 entreprises

BGE Gasconne Pyrénées (ARTE) propose des modules dans les thématiques suivantes « la comptabilité – analyse financière-interprétation de tableaux de bord », « marketing et communication », « ressources humaines et management ».

PRESENTATION DE BGE GASCONNE PYRENEES

Agissant depuis 1979, les BGE (ex Boutiques de Gestion) constituent un réseau de 450 lieux d'accueil permanents répartis sur l'ensemble du territoire, premier réseau de conseil en création d'entreprise.

Les BGE sont des outils de développement économique local dont la mission est d'accompagner, de former et de guider les porteurs de projets de création d'activités comme les chefs d'entreprise.

La BGE Gasconne Pyrénées, association loi 1901, adhère à ce réseau.

Elle a démarré son activité en 1988 dans le Gers, en 1992 dans les Hautes-Pyrénées.

Ses missions sont :

- Développer l'esprit d'initiative et la culture entrepreneuriale ;
- Promouvoir et soutenir la création et le développement de Très Petites Entreprises et de Petites et Moyennes Entreprises ;
- Favoriser l'autonomie et la capacité de prise de décision (compétences entrepreneuriales) ;
- D'accompagner en amont les futurs créateurs d'entreprise dans toutes les phases de montage de leur projet ;
- D'assurer un accompagnement post-crédation du jeune chef d'entreprise ;
- Suivre les chefs d'entreprise ;
- Participer concrètement à la revitalisation du tissu économique local ;

En 2016, 1422 personnes ont bénéficié de ses services, 1025 personnes dans le Gers, 397 dans les Hautes Pyrénées.

Les activités de la BGE Gasconne Pyrénées sont :

L'accompagnement global du créateur d'entreprise

- Un accueil et un accompagnement individuel pour les porteurs de projet de création d'activité par une approche personnalisée à Auch, Tarbes et sur les 10 permanences délocalisées mises en place dans le département du Gers et 6 dans les Hautes Pyrénées, 1 dans les Pyrénées Atlantiques.

Nous intervenons sur toutes les étapes de la création de l'entreprise : l'étude de faisabilité, les prévisionnels, la recherche de financement, l'aide au choix du régime fiscal...etc.

- Des actions de formation collective en création et reprise d'entreprise.

L'accompagnement du chef d'entreprise

- Un suivi individuel (organisation administrative, mise en place de tableaux de bord, analyse de l'activité, conseils financiers, fiscaux, marketing, projet de développement, restructuration...).
- Formation collective en comptabilité/gestion, droit, marketing, communication, fiscalité, législation sociale.

Plus de 80% des entreprises accompagnées par BGE Gascogne Pyrénées sont toujours en activité après 3 ans.

La BGE Gascogne Pyrénées accompagne et suit tout type d'activités artisanales, commerciales, agricoles, libérales, culturelles, artistiques.

La BGE Gascogne Pyrénées a une bonne connaissance des départements 32, 65, 64 (Béarn), une solide expérience en accompagnement de porteurs de projets et d'entrepreneurs, avec un souci permanent d'améliorer les prestations offertes.

Plus largement, elle accompagne et suit des porteurs de projet (tout type de publics), dans le secteur marchand et non marchand (milieu associatif).

Les projets accompagnés sont en très grande majorité des "micro-projets", permettant la création par le chef d'entreprise de son propre poste de travail, voire d'un à cinq emplois supplémentaires.

La création de Très Petites Entreprises est néanmoins une réalité économique non négligeable, notamment dans nos zones rurales.

Ces entreprises ont leurs spécificités et demandent une approche et une gestion adaptées. Les formations que nous dispensons et l'accompagnement que nous effectuons, répondent à ces exigences.

Ces spécificités nous amènent à systématiquement réaliser une période de formation interne et d'adaptation à la logique de la TPE pour l'intégration de tous nouveaux chargés de mission.

Les niveaux de formation des personnes reçues sont très divers : de la 5^{ème} à un niveau bac +5. Tant en formation collective qu'en entretien individuel, nous nous efforçons de rendre notre discours compréhensible par tous.

Notre approche personnalisée et diversifiée nous permet de prendre en compte de manière systématique la personne, son environnement.

Fidèle à la Charte des BGE, outre l'initiative, la BGE Gascogne Pyrénées s'attache à développer la solidarité à travers l'entraide entre porteurs de projet et chefs d'entreprise.

Le label qualité BGE

Initié depuis plus de 15 ans en concertation avec nos partenaires, la Démarche Qualité BGE est un outil de progression et de structuration pour chaque BGE, ayant pour enjeu de positionner les BGE dans une démarche d'amélioration continue et de garantir la qualité des prestations.

C'est un système qui permet aux BGE de mettre en place un système de pilotage des organisations afin de garantir une qualité de services rendus envers les porteurs de projets et les territoires. Elle contribue ainsi à la maîtrise de son modèle économique, à l'amélioration des organisations, des systèmes de management et de la qualité de service.

La Démarche Qualité constitue un levier de développement pour les BGE et un gage majeur de professionnalisme et de qualité pour les créateurs que BGE accompagne.

Elle garantit, vis-à-vis du porteur :

Une proximité de service

Une écoute positive de tous

Un accompagnement professionnel, pédagogique et outillé

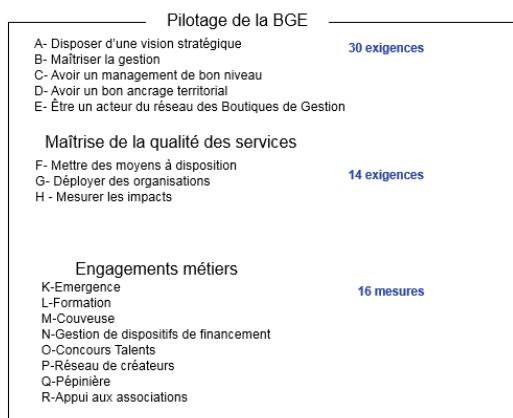
La traçabilité des parcours

La mobilisation de tous les moyens nécessaires pour la réussite des personnes

La démarche qualité se matérialise par un référentiel qualité, décliné en une quarantaine d'engagements sur lesquels l'ensemble des BGE sont évaluées. Elles ont obligation de se soumettre à un audit qualité, réalisé par un expert indépendant. L'atteinte des exigences fixées dans le référentiel BGE aboutit à la labellisation de la structure.



La structure du label qualité BGE



DATADOCK

BGE Gascogne Pyrénées est référencée DataDock.

En 2017, BGE Gascogne a formé 3 dirigeants dans le cadre de la mallette du dirigeant 2016 et 7 dirigeants sur la mallette du dirigeant 2017, et 3 dirigeants au premier trimestre 2018.

En 2016, l'activité de BGE Gascogne Pyrénées a été perturbée les travaux réalisés suite à un incendie (indisponibilité des locaux plusieurs mois).

Pour 2018, une responsable « mallette du dirigeant » sera nommée pour la communication, les actions envers les prescripteurs et le suivi administratif des dossiers.

BGE Gascogne Pyrénées intervient dans les départements du 32 et 65 et sur le Nord Est Béarn

DEROULEMENT DES MODULES DE FORMATION

OBJECTIF Proposer une Mallette du dirigeant sous la forme de kits pré-packagés déclinés sur des thématiques définies par l'Agefice, qui permettent au chef d'entreprise d'acquérir des méthodes, des techniques, des outils nécessaires à la compréhension et au suivi de leur activité, à la mise en place de plans d'actions, pour le développement de leur entreprise et sa consolidation.

PUBLIC Tous les dirigeants, ressortissants de l'AGEFICE, et en particulier les dirigeants de jeunes entreprises ou confrontés à la mutation économique actuelle.

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, ainsi que d'un **accompagnement individuel** par un conseil spécialisé.

POSTIONNEMENT L'éligibilité des personnes sera validée avant l'entretien de positionnement par le formateur.

Les personnes intéressées sont reçues en entretien individuel sur rendez-vous afin d'identifier leurs besoins et ses attentes, de valider l'adéquation avec les objectifs pédagogiques, de valider les pré-requis et la disponibilité.

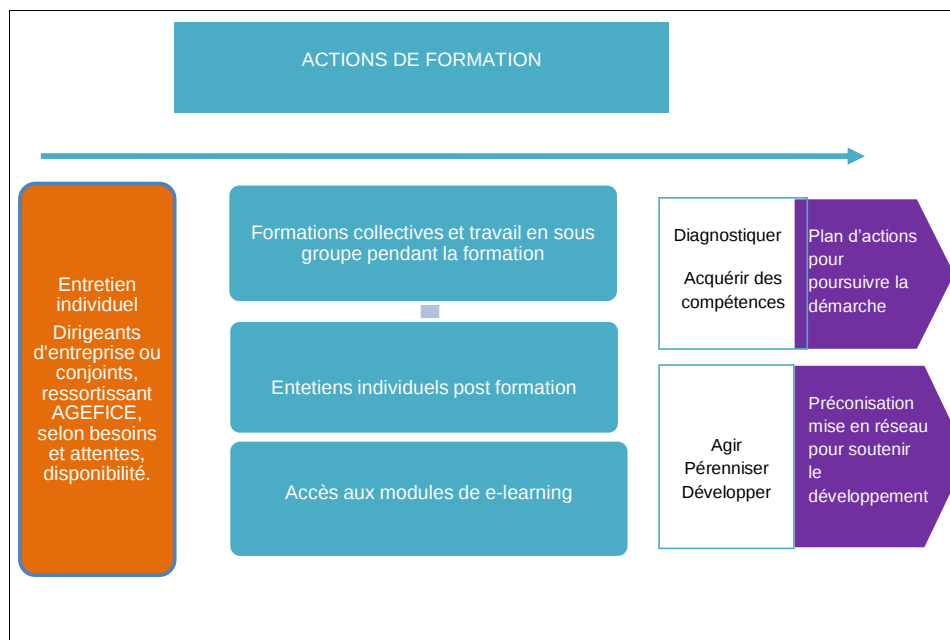
L'inscription est validée à l'issue de cette phase de positionnement.

DEROULEMENT La formation alterne :

- Des séances collectives 9h -12h 30 14h – 17h 30 réparties sur plusieurs semaines
- Des entretiens individuels post-formation
- L'accès par internet à des modules d'E-Learning

Il s'agit donc **d'une formation-action**.

Observatoire et enquête qualité :



METHODOLOGIE UTILISEE SUR LES MODULES

Séances collectives

Des cours

En fonction des modules, plusieurs méthodes seront utilisées :

- Démarche interactive et participative, privilégiant les échanges entre participants tout en maîtrisant le contenu et la méthode ;
- Méthode interrogative, le formateur démarre son cours sur l'expérience des chefs d'entreprise, de leurs pratiques, des outils utilisés ;
- Méthode expositive avec des exercices pratiques adaptés à leurs activités, à leurs besoins ;

-

Il sera recommandé aux participants d'apporter leurs documents de synthèse, leurs comptes, leurs outils de communication, leurs bordereaux sociaux, contrat d'assurances.

Il est très important que les participants puissent faire une application directe du cours sur leur entreprise.

Des travaux dirigés

- Mise en pratique de la théorie sur leurs activités, travail individuel et en sous-groupes.
- Mise en place d'outils pour l'entreprise adaptés à l'activité et au dirigeant selon l'axe thématique
- Mise en place d'un plan d'actions individualisé en fin de chaque module

Un bilan de fin de formation permet aux dirigeants d'évaluer la cohérence entre la formation et leurs attentes.

Un accompagnement inter-séquences collectives

- Les participants auront la possibilité de joindre par mail la formatrice entre 2 séquences pour des informations complémentaires, pour l'application du cours sur leurs activités

A la demande du participant

Des modules complémentaires E-learning en partenariat avec BGE Sud-Ouest

Des modules d'E-Learning sur les thématiques abordées au cours des formations seront mis à la disposition des dirigeants afin de leur permettre, chez eux et à leur rythme, de compléter les connaissances acquises durant leur formation. Ces modules sont proposés dans le cadre de la collaboration entre la BGE Gascogne-Pyrénées et la BGE Sud-Ouest via la plateforme ELERNI®.

Séance individuelle post-formation non prise en compte dans le programme de formation

Contenus :

- Point sur les outils mis en place pour le suivi de l'activité
- Repérage des écarts et des freins à sa réalisation
- Réponses aux questions ponctuelles

Objectifs :

- Evaluer les démarches réalisées depuis la fin de la formation
- Vérifier l'appropriation des différentes notions acquises en formation
- Actualiser le plan d'action
- Mettre en relation et en réseau en fonction des besoins

BGE réalisera une enquête à 1 an et 3 ans sur le devenir de la personne et de son entreprise (pérennité et/ou développement de l'entreprise).

THEMATIQUE : COMPTABILITE – ANALYSE FINANCIERE – TABLEAUX DE BORD

Notre proposition de formation est construite à partir de notre expérience d’accompagnement et de formation de chefs d’entreprise notamment de TPE, de nos constats.

Le dirigeant ne connaît pas exactement le travail réalisé par son expert-comptable. Peu connaissent leurs coûts de revient, savent analyser leurs comptes.

Certains mêmes ne connaissent pas leur résultat. Pour les entrepreneurs individuels, peu connaissent leur résultat et leur prélèvement.

Face à leur conseiller bancaire, ils ne parlent pas le « même langage ».

Les dirigeants ont besoin de formation concrète, pratique, de supports adaptés à leur activité.

Ainsi, l’action se décompose en 5 thèmes principaux :

- Les fondamentaux de la comptabilité et de l’analyse financière
- Lire et analyser son bilan
- Bien gérer sa trésorerie
- Les fondamentaux du contrôle gestion
- Mettre en place des tableaux de bord

Objectifs du module Comptabilité – analyse financière – tableaux de bord :

- *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*
- *Evaluer la santé financière de l’entreprise à la lecture de ses documents comptables*

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

CONTENU PEDAGOGIQUE DE LA FORMATION COLLECTIVE

1. OBJECTIFS PEDAGOGIQUES DU MODULE

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

2. COMPETENCES VISEES

Ce module vise la validation **de 8 compétences.**

Compétence n°1 : Comprendre les fondamentaux de la comptabilité générale.

Compétence n°2 : Savoir calculer la TVA à Payer

Compétence n°3 : Interpréter le bilan et le compte de résultat pour prendre des décisions de gestion pertinentes.

Compétence n°4 : Calculer un seuil de rentabilité

Compétence n°5 : Elaborer un budget de trésorerie afin de traduire les dépenses et les recettes prévues sous forme de flux monétaires prévisionnels anticiper toute problématique

Compétence n°6 : Dialoguer et négocier avec les partenaires bancaires afin d'établir et d'entretenir des relations de confiance en vue de prévenir des problématiques de financements

Compétence n°7 : Apprécier et identifier les différents coûts pour élaborer un indicateur.

Compétence n°8 : Elaborer des tableaux de bord sous Excel en utilisant les différentes fonctions de base et opérations

3. PROGRAMME ET CONTENUS

Au démarrage du module, un tour de table sera effectué. Son objectif est la présentation des stagiaires, leurs attentes, connaître le fonctionnement de leur entreprise, leur organisation comptable, les procédures mises en place, leur niveau de connaissances.

Les fondamentaux de la comptabilité générale

Comprendre la logique comptable :

- Les pièces comptables,
- Le plan comptable,
- La notion de partie double

Notion d'exploitation :

- Les charges de l'année,
- Les produits de l'année

La chaîne comptable :

- Les différents journaux (banque, caisse, achats, Opérations diverses, journaux de ventes...)

Les états comptables :

- Le bilan
- Le compte de résultat
- L'annexe

La TVA :

- Le principe, son calcul
- Les différents régimes
- La saisie comptable
- La déclaration fiscale

Contrôler et justifier ses comptes :

- Le rapprochement bancaire
- Les inventaires
- Les documents à conserver

Outils pédagogiques utilisés : *plan comptable, modèles de bilan et de compte de résultat en fonction de l'activité de l'entreprise, étude de cas, déclarations fiscales et sociales, modèle de plaquette de comptes, fiches de formation thématiques, exercices et fiches de cours remise sur chaque point.*

Evaluation :

Compétence 1 : *Comprendre les fondamentaux de la comptabilité générale.*

Critère 1-1 : Le candidat connaît les différentes classes de comptes et il est capable de positionner les comptes dans un bilan et un compte de résultat

Compétence 2 : *Savoir calculer la TVA à payer*

Critère 2-1 : Le candidat sait remplir une déclaration de TVA

Lire et analyser un bilan et un compte de résultat

Lire et interpréter un bilan

- Les rubriques de l'actif :
 - Les différentes immobilisations, leur classement, la valeur brute, amortissement, valeur nette,
 - Les stocks, le mode de calcul
 - Les créances,
 - La disponibilité
- Les rubriques du passif :
 - Les capitaux propres
 - Les dettes à long et moyen terme
 - Les dettes à court terme
- Le bilan : la fonction patrimoniale, valeur comptable, valeur réelle
- Le bilan : les annexes
 - Les immobilisations, l'amortissement, plus-value, moins-value
 - Relevé de provisions, amortissements dérogatoires, déficits reportables
 - Immobilisations réévaluées
 - Détermination de la valeur ajoutée
 - Composition du capital social
 - Présentation de chaque annexe avec leur clef de lecture et d'interprétation
- Le bilan : fonction de trésorerie
 - Le passif (ressources)
 - o Les ressources stables,
 - o Le passif circulant d'exploitation
 - o Le passif circulant hors exploitation
 - o La trésorerie passive
 - L'actif (emplois)
 - o L'actif immobilisé (emploi stable)
 - o L'actif circulant d'exploitation
 - o L'actif circulant hors exploitation
 - o Trésorerie active

Lire et interpréter un compte de résultat

- Le compte de résultat : la formation du résultat comptable
 - Outil d'analyse de l'activité
 - Sa composition (comptes de charges, comptes de produits)
 - La variation de stock, incidences sur le résultat
 - Les dotations aux amortissements et provisions
 - Le résultat net comptable et le résultat fiscal

Analyser et comprendre ses résultats

- Les soldes intermédiaires de gestion
 - Outil d'appréciation de la performance de l'activité
 - La présentation du compte de résultat sous forme de SIG
 - La définition de chaque solde, leur interprétation

Définir le lien entre bilan et le compte de résultat

- Les stocks et la variation de stock
- Le chiffre d'affaires et les créances
- Les achats et les dettes fournisseurs
- Les amortissements et la dotation aux amortissements
- La capacité d'autofinancement : Ressource de financement interne de l'entreprise et son calcul

Le seuil de rentabilité

- Analyse du résultat,
 - Taux de marge commerciale, taux de marge brute d'exploitation, taux de marge bénéficiaire
 - Les ratios
- Le seuil de rentabilité
 - Les charges fixes
 - La définition et son calcul
 - Le point mort
 - Le seuil de vie

Outils pédagogiques : modèles de bilan et de compte de résultat en fonction de l'activité de l'entreprise, étude de cas, modèle de plaquette de comptes, fiches formation thématiques, exercices et fiches de cours remise sur chaque point. S'ils ont apporté leur plaquette de comptes, ils travailleront sur leurs documents de synthèse

Evaluation :

Compétence 3 : *Interpréter le bilan et le compte de résultat pour prendre des décisions de gestion pertinentes.*

Critère 3-1 : Le candidat reconnaît les éléments constitutifs du bilan par masse.

Critère 3-2 : Le candidat sait interpréter les principaux éléments en repérant les éventuelles problématiques et/ou les points positifs.

Critère 3-3 : Le candidat est capable de calculer les SIG

Critère 3-4 : Le candidat est capable de comprendre l'évolution de son activité avec les SIG, d'identifier les postes à améliorer.

Compétence 4 : *Calculer un seuil de rentabilité*

Critère 4-1 : Le candidat sait identifier les éléments nécessaires pour calculer le seuil de rentabilité

Critère 4-2 : le candidat sait calculer un seuil de rentabilité

Bien gérer sa trésorerie

D'où provient la trésorerie

- Le tableau d'analyse
- Prévoir les besoins de trésorerie
- La variation de la trésorerie d'exploitation (ETE)
- Les origines et causes des difficultés de trésorerie (besoin structurel, saisonnalité, changement de modèle économique, un financement à court terme d'un investissement, gestion inadaptée...)
- Analyse des difficultés,
- Solutions à mettre en œuvre en fonction des causes et origines
- Le budget de trésorerie

Elaborer son plan de trésorerie

- Les entrées et sorties TTC mensuelles

Gérer son plan de trésorerie

- Le suivi régulier

- Analyse des écarts entre prévisions et réalisations
- La correction et les ajustements nécessaires en fonction de l'activité, anticipation des difficultés

Les possibilités de négociation avec son banquier

- La relation bancaire
- Les conditions générales bancaires courantes (frais de tenue de compte, location TPE, commissions cartes bancaires, frais sur prélèvements...)
- Les crédits de trésorerie
- Les crédits de mobilisation de créances
- Les autres possibilités de financement à court terme

Outils pédagogiques utilisés : *fiches de cours, simulations, fichiers Excel de base à adapter suivant les activités des stagiaires, travail sur un plan de trésorerie personnalisé*

Evaluation :

Compétence 5 : *Elaboration d'un plan de trésorerie*

Critère 5-1 : Le candidat est capable de construire un outil de suivi des entrées/sorties

Critère 5-2 : le candidat est capable de faire évoluer son plan de trésorerie en fonction des recettes encaissées et dépenses décaissées

Compétence 6 : *Les possibilités de négociation avec un organisme bancaire*

Critère 6-1 : Le candidat sait apprécier un problème de trésorerie

Critère 6-2 : Le candidat est capable d'identifier les solutions négociables avec son partenaire bancaire (cession de créances, autorisation découvert, crédit de campagne, etc.)

Les fondamentaux du contrôle de gestion

Comprendre la logique financière de son entreprise

- Les trois cycles de l'activité financière : investissement, exploitation, financement.

Apprendre à calculer son prix de revient

- Coût d'achat,
- Coût de production,
- Coût hors production (distribution et administration.. ;)
- Le calcul

Commenté [B1]: calcul

Savoir établir des prévisions

- Principes et définition
- Schéma de la procédure budgétaire

Suivre les réalisations et analyser les écarts

- Constitution de tableaux de bord économiques et physiques
- Suivi et analyse

Outils pédagogiques utilisés : *fiches de cours, exercices, grand livre des stagiaires, des fichiers Excel de base à adapter suivant les activités des stagiaires, travail sur des outils personnalisés*

Evaluation :

Compétence 7 : *Apprécier et identifier les différents coûts pour élaborer un indicateur*

Critère 7-1 : Le candidat est capable de définir un indicateur pertinent

Mise en place de tableaux de bord

Maîtriser les bases d'Excel

- Utiliser l'assistant « somme automatique »
 - Le calcul d'une somme simple,
 - Le calcul d'un sous-total
- Mise en forme rapide d'un tableau
 - Le format affichage, l'alignement, l'orientation
 - L'ajustement des colonnes et lignes
 - La copie de mise en forme
- La mise en page
 - Les modes d'affichages
 - La personnalisation (en-tête de page, pied de page)
 - Rappel des titres sur plusieurs pages
 - Centrage des tableaux
 - Les fonctionnalités de fractionnement
 - Affichage des volets
 - La recopie incrémentée
- L'impression des tableaux (personnalisation de l'impression)
 - La définition de la zone d'impression
 - L'aperçu des sauts de page
 - Marge, centrage, orientation
 - L'aperçu avant impression
- Le rôle du classeur
 - Qu'est-ce qu'un classeur ? Une feuille ? Une cellule ?
 - La poignée de recopie
 - Modifier le format des cellules
 - Définir un modèle de base sur Excel
- Savoir utiliser les fonctions indispensables pour la mise en place de tableaux de bord
 - Opérateurs numériques
 - Calcul des dates
 - Fonctions statistiques
 - Fonctions SI
 - Utilisation de la mise en forme conditionnelle
 - Insertion de graphiques
 - Les moyennes
 - Connaître le nombre de cases vides/pleines
 - Création de listes déroulantes
- Techniques et astuces
 - Les raccourcis claviers
 - Verrouillage d'un fichier
 - Protéger un fichier par un mot de passe
 - Tutoriels Microsoft sur internet

Suivre ses recettes, ses principaux ratios et l'évolution de son CA

- Reprise journalière des recettes par activité
- Conception d'un tableau de suivi des recettes TTC et HT mensuelles
- Avec un tableau récapitulatif annuel
- Mise en place de graphiques
- Analyse du chiffre d'affaires mensuel par activité et annuel

Conception de tableaux de bord

- Analyse de l'activité, les axes de progrès, définition des objectifs,
- Définition des indicateurs économiques, physiques, humains, projets
- Composants et structuration du tableau de bord
- Création du tableau de bord avec Excel
- Tenue régulière du tableau de bord
- Analyse des écarts, actions correctives

Outils pédagogiques utilisés pour la journée : *documentation Excel, modèles de tableaux de bord, cas pratique, travail sur l'entreprise du participant*

Evaluation :

Compétence 8 : *Elaborer des tableaux de bord sous excel en utilisant les fonctions de base et opérations*

Critère 8-1 : Le candidat sait identifier les indicateurs pertinents pour une activité donnée

Critère 8-2 : Le candidat sait réaliser des tableaux de bord sous Excel pour le suivi de ces indicateurs.

THEMATIQUE : MARKETING ET COMMUNICATION

Notre proposition de formation est construite à partir de notre expérience d'accompagnement et de formation de chefs d'entreprise notamment de TPE, de nos constats.

Très souvent les chefs d'entreprise n'ont pas de plan marketing défini. Ils fonctionnent par-à-coups, de façon intuitive. Certains n'arrivent pas à anticiper la demande, d'autres manquent de visibilité.

Le marketing est pour beaucoup trop abstrait.

Certains chefs d'entreprise n'ont pas été formés à l'approche clientèle, à la négociation commerciale, à la communication. Ils fonctionnent de manière empirique.

Les dirigeants ont besoin de formation concrète, pratique, et de supports adaptés à leur activité.

Ainsi, 2 modules de 4 jours sont proposés :

- Fondamentaux du marketing et techniques de ventes
- Stratégie de communication et déclinaison sur le Web

MODULE 4 : FONDAMENTAUX DU MARKETING ET TECHNIQUES DE VENTES

CONTENU PEDAGOGIQUE DE LA FORMATION COLLECTIVE

1. OBJECTIFS DU MODULE :

- 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
- Adapter 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 satisfaisante
- Mieux gérer les situations de blocage en négociations et sortir des situations tendues

2. COMPETENCES VISEES :

Ce module vise la validation de **8 compétences**.

Compétence n°1 : Identifier et analyser les différents acteurs du marché afin de diagnostiquer une opportunité économique, de déterminer une cible et d'envisager un placement de son offre

Compétence n°2 : Construire des actions opérationnelles sur une période donnée afin d'atteindre la cible déterminée

Compétence n°3 : Identifier les éléments constitutifs d'une relation de qualité afin d'élaborer une démarche de planification d'actions en adéquation avec les besoins du client

Compétence n°4 : Gérer la relation client

Compétence n°5 : Savoir organiser sa prospection

Compétence n°6 : Savoir approcher le client par téléphone

Compétence n°7 : Savoir préparer une négociation et argumenter

Compétence n°8 : Savoir gérer les clients difficiles

3. PROGRAMME ET CONTENUS :

Au démarrage du module, un tour de table sera effectué. Son objectif est la présentation des stagiaires, leurs attentes, connaître leurs activités, le type de clientèles, leurs approches commerciales, leurs outils marketing, les procédures mises en place, leur niveau de connaissances.

Fondamentaux du marketing

Le marketing : définitions et utilité (missions, démarche, outils)

- Principales missions du marketing
 - Définition du marketing : son rôle, la démarche, les outils
 - Présentation de la démarche marketing : le schéma
 - Diagnostic : la démarche analytique
 - Recommandations : la démarche stratégique
 - Mise en œuvre : la démarche opérationnelle
- Evolutions et tendances
 - Webmarketing
 - o Définition,
 - o Les enjeux, les atouts
 - o Les différents outils en ligne
 - Médias sociaux
 - o Les réseaux sociaux
 - o Les utilisations complémentaires
 - Tendances et évolutions
 - o L'évolution de la population connectée,
 - o Accroissement des capacités de stockage
 - o Nouvelles formes de distribution
 - o Nouveaux supports de communication
 - o L'utilisation de la tablette...

Analyse de son environnement, de la concurrence et des publics-cibles (segmentation, positionnement, stratégie produit)

- La définition de la stratégie marketing : étapes clés
 - La situation de l'entreprise par rapport au marché : matrice de SWOT (force /faiblesses, opportunités menaces)
 - Segmentation
 - Ciblage
 - Définition du positionnement
- Segmentation et ciblage des marchés prioritaires
 - La démarche de segmentation
 - Les critères
 - La typologie
 - Les conditions d'efficacité
 - La qualité des segments
- Le positionnement d'une marque ou d'une gamme de produits/services
 - Les critères d'un positionnement
 - La représentation d'un positionnement
 - Le triangle d'or de Lindon

Réalisation d'un plan marketing (structure et démarche)

- Structure type d'un plan marketing
 - Le plan marketing en 10 étapes
 - Le marketing Mix (Modèle de base des 4 P et Modèle élaboré des 7 P)

- Méthodes et outils de pilotage et de contrôle
 - Méthode du QQOQCP (quoi, qui, où, quand, comment, pourquoi)
 - Méthode SMART
 - Le calendrier des actions et suivi
 - La mise en place d'indicateurs de suivi : le tableau de bord

Outils pédagogiques utilisés : *fiches techniques, mise en application tout au long de la journée sur leur activité*

Evaluation :

Compétence 1 : *Identifier et analyser les différents acteurs du marché afin de diagnostiquer une opportunité économique, de déterminer une cible et d'envisager un placement de son offre*

Critère 1-1 : Le candidat est capable d'identifier les différents acteurs du marché et leur positionnement pour établir un diagnostic

Critère 1-2 : Le candidat est capable de se positionner de façon cohérente en fonction de l'environnement

Compétence 2 : *Construire des actions opérationnelles sur une période donnée afin d'atteindre sa cible donnée*

Critère 2-1 : Le candidat a mené une réflexion globale sur sa stratégie marketing et de la définir

Critère 2-2 : Le candidat a ébauché un plan d'actions réalisables

La relation client

Identifier les parties prenantes de la relation commerciale

- Les acteurs de la relation commerciale (objectifs du vendeur, objectifs de l'acheteur)
- Les composantes de la relation commerciale

Comprendre les enjeux de la relation client

- L'image
 - Les facteurs constitutifs, son amélioration permanente,
 - Les risques d'une dégradation de l'image de l'entreprise
- Le chiffre d'affaires
 - La valeur capitale du client, son évolution
 - Le cycle de vie de la relation commerciale
- La fidélisation
 - Le BAO+ ou BAO- et la prescription

Comprendre les attentes du client

- Ses besoins et motivations pour l'achat
- Ses attentes dans la relation commerciale

Gestion de la relation client

- Comportement : distinguer l'objectif opérationnel et l'objectif relationnel
 - Les étapes d'achat du client
 - Les outils à destinés à établir et développer une relation individualisée
 - Méthodes des 3 C (consultation, confrontation, concrétisation)
- Ecoute : établir le contact et favoriser la confiance
 - La préparation de l'entretien : objectifs, techniques, conseils
 - La prise de contact, l'accueil
- Détecter les attentes du client
 - L'écoute, la reformulation, les types de questionnements
 - Techniques, conseils
- Mettre en valeur une solution

- Le SONCAS
- Présentation du produit
- Argumentation : objectifs, techniques, conseils
- Implication
- Reformulation
- Accepter critiques et objections
 - Méthode SALES : S (Signe de tête) A (Accepter l'objection) L (limiter l'objection), E (Enoncer ses arguments) S (Soldier l'objection)
 - Les motifs d'objections à repérer
 - Le traitement
 - Les mots à éviter, les mots à utiliser

Gestion des réclamations et insatisfactions

- Faire face aux situations délicates :
 - Annoncer un retard : analyse des répercussions, techniques, conseils
 - Savoir refuser en préservant la relation : écoute, analyse de la situation, techniques, conseils pour répondre
 - Gérer un incident, une insatisfaction : écoute, techniques, conseils pour répondre

Maintenir et valoriser le contact après l'intervention

- Les différentes méthodes en fonction de la taille de l'entreprise
- La gestion des contacts client
- Le CRM (gestion de la relation client)

Outils pédagogiques utilisés : expériences des participants ; fiches de cours, simulations, fichiers Excel de base à adapter, support power point.

Evaluation :

Compétence 3 : *Identifier les éléments constitutifs d'une relation de qualité afin d'élaborer une démarche de planification d'actions en adéquation avec les besoins du client*

Critère 3-1 : Le candidat a analysé les besoins de sa cible et construit un plan d'actions en cohérence

Critère 3-2 : Le plan d'action construit permet de distinguer les objectifs opérationnels et les objectifs relationnels

Compétence 4 : *Gérer la relation client*

Critère 4-1 : Le candidat est capable d'adapter sa posture en fonction des besoins clients

Convaincre vos futurs clients de vous rencontrer

Préparer sa prospection

- Définir sa cible de prospects
 - Le profil des consommateurs, nombres, motivation, habitudes, attentes et perceptions
 - Analyse des freins et motivations
 - Critères de segmentation, leur utilisation, méthodologie et conseils
 - Détermination des objectifs marketing (cognitifs, affectifs, conatifs)
- Constituer son fichier de prospects
 - Où trouver ses prospects cibles (sources internes et externes)
 - Saisie des données sur une base, définir l'organisation optimale
- Fixer ses objectifs de prospection
 - Dimensionner sa prospection
 - Etablir des sous objectifs

- Se mettre dans les conditions optimales
 - Connaître le marché, ses produits, les produits de la concurrence
 - Organiser sa prospection,
 - Elaborer un plan de prospection (organiser son espace de travail et son temps...)

Techniques de communication téléphoniques

- Savoir se présenter et susciter l'intérêt
 - La préparation du texte
 - La voix son ton, son débit
 - La détermination de l'objet de l'appel
- Savoir franchir le barrage du secrétariat
 - Les recommandations
- Développer une écoute active
 - Créer la confiance
 - Analyser les besoins
 - Percevoir l'impact des arguments
 - Modifier les propos
- Détecter les besoins du prospect
 - Qualité du conseil
 - Justesse de l'argumentation
- Rédiger son scénario téléphonique
 - Le script de l'entretien téléphonique
- Se préparer aux objections des prospects
 - Les types d'objections
 - Les techniques de réfutation des objections
 - La méthode des 5 P (position, parti pris, personnel persister, positiver)

Outils pédagogiques utilisés : cours, exercices, simulations téléphoniques enregistrées et analysées

Evaluation :

Compétence 5 : *Savoir organiser sa prospection*

Critère 5-1 : Etre capable de définir ses prospects et de constituer un fichier

Compétence 6 : *Savoir approcher le client par entretien téléphonique*

Critère 6-1 : Savoir organiser son entretien

Critère 6-2 : Savoir décrypter le besoin et proposer une solution

Entretien de négociation

Négociier, c'est quoi ?

- Définition
- Les composants de la négociation

La préparation de l'entretien de négociation

- Les objectifs (court, moyen terme et long terme)
- La préparation matérielle
- La préparation méthodologique fixation des limites hautes et basses, les paliers, les replis possibles, stratégie
- La préparation psychologique
 - Le timing de l'entretien
 - Les intérêts communs

- La posture et le déroulement
 - o S'entraîner à l'empathie
- Se préparer à répondre aux 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
 - Caractéristiques, avantage général, avantage personnalisé suivant le SONCAS du client, sélection des arguments
- Comprendre les étapes de l'entretien de vente
 - L'accueil
 - La recherche des besoins
 - La sélection et la proposition des produits
 - L'argumentation (objectifs, techniques avec l'utilisation du SONCAS, conseil)
 - La réponse aux objections (objectifs, techniques de réponses aux objections)
 - La conclusion (objectifs, techniques et conseils)
 - La prise de congé (objectifs, techniques, conseils)
- Repérer les signaux d'achat du client et amener la négociation du prix
 - Observation des signaux d'achat, se les faire confirmer

Outils pédagogiques utilisés : analyse des pratiques des stagiaires, cours, PowerPoint, fiches thématiques, simulations filmées et décryptées

Evaluation :

Compétence 7 : Savoir préparer une négociation et argumenter

Critère 7-1 : Connaître les différentes étapes de la négociation

Critère 7-2 : Etre capable de conclure

Les enjeux de la gestion de situations difficiles

Reconnaître les types de clients difficiles, et adapter sa posture en conséquence

- Profils
 - Le client arrogant
 - Le client chronophage
 - Le client expert, qui croit mieux savoir que vous
 - Le bon « copain »
 - Le client pointilleux
 - Le client râleur/contestataire/protestataire
 - Le client éternellement insatisfait
 - Le client versatile
 - Le client mutique, la communication difficile
- Les postures à adapter suivant le type de clients (analyse de la situation, techniques, conseils)

Résoudre de désamorcer les situations de conflit

- Comprendre l'insatisfaction du 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
- 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
 - Répertoire les incidents
 - Identifier les points de récurrence
- Tirer des conclusions (remise en question de certaines pratiques)
 - Analyser les causes des incidents
 - S'interroger sur les pratiques en cause
- Mettre en place des indicateurs de suivi des réclamations
 - Définir des indicateurs adaptés
 - Améliorer ses tableaux de bords de suivi d'incident pour prendre en compte les indicateurs
- Mettre en place des procédures, adopter certaines réflexes en matière de gestion de conflits
 - Les actions correctives
 - L'étude des actions correctives et procédures
 - La mise en place des procédures et actions correctives
- Evaluation de l'efficacité des actions correctives et procédures mises en place

Outils pédagogiques utilisés : analyse des pratiques des stagiaires, cours, PowerPoint, fiches thématiques, simulations filmées et décryptées

Evaluation :

Compétence 8 : *Savoir gérer les clients difficiles*

Critère 8-1 : Comprendre le fonctionnement du client et adapter sa posture

1. OBJECTIFS DU MODULE :

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

2. COMPETENCES VISEES

Ce module vise la validation de **8 compétences**.

Compétence n°1 : Définir l'identité visuelle de son entreprise afin de la distinguer de celle de ses concurrents

Compétence n°2 : Rédiger des messages pour permettre une meilleure compréhension de l'offre

Compétence n°3 : Choisir des moyens de communication adaptés à la cible définie afin d'optimiser la portée du message

Compétence n°4 : Réaliser une newsletter adaptée à une cible identifiée

Compétence n°5 : Diffuser une newsletter à des cibles identifiées afin de communiquer un message clé, en optimisant et en mesurant son efficacité

Compétence n°6 : Identifier un réseau social adapté aux besoins de l'entreprise afin de développer une communication web pertinente

Compétence n°7 : Définir et mettre en place une stratégie de référencement afin d'augmenter la visibilité de l'entreprise

Compétence n°8 : Définir et Gérer son e-réputation afin de maîtriser et de renforcer de manière cohérente son identité numérique

3. PROGRAMME ET CONTENU

Au démarrage du module, un tour de table sera effectué. Son objectif est la présentation des stagiaires, connaître leurs activités, le type de clientèles, leur politique de communication, leurs outils de communications, leurs attentes

Les fondamentaux de la communication

Définir ses objectifs et son message

- Quelles cibles atteindre ? Objectifs marketing et commerciaux
 - Le profil des consommateurs, nombres, motivation, habitudes, attentes et perceptions
 - Analyse des freins et motivations
 - Critères de segmentation, leur utilisation, méthodologie et conseils
 - Détermination des objectifs marketing (cognitifs, affectifs, conatifs)

- Dans quel but ? Ventes, images, conquête, différenciation
 - La communication « corporate » centrée sur l'image
 - La communication sur l'offre, centrée sur la performance du produit
- Pour délivrer quel message ?
 - L'argumentaire
 - Conseils pour capter le récepteur
- Quels sont les points forts et le caractère distinctif de votre entreprise ?
 - Les différentes méthodes pour optimiser l'argumentaire
 - Reprise de la méthode SONCAS
 - La méthode BAC (bénéfices, avantages, caractéristiques)

Quelles documentations pour quelles cibles ?

- Print, Web et digital selon les objectifs
 - Présentation synthétique des supports
 - Choix son support en fonction de sa cible

Les documentations Print

- Les principaux supports et leurs fonctions
- Avantages, inconvénients, limites :
 - Support idéal de mémorisation,
 - Trace physique
 - Diffusion de valeurs et message variés en fonction des cibles
- Les points à surveiller :
 - Les règles de l'art pour une plaquette ou flyer efficace (La mise en page, la psychologie des formes et des couleurs)
 - La rédaction des contenus, la méthode AIDA
 - La mise en forme
- 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 mentions obligatoires, couleurs.

Les documentations Web et digital

- Les différents outils
 - Présentation des outils
 - Les usages des différents outils
 - Les conditions pour un outil de qualité
- Leurs avantages, inconvénients, les limites
 - Les règles à respecter
- Evolution vers la digitalisation des supports : cas des tablettes et des écrans
- Attitudes et usages des lecteurs, mode de lecture des internautes
 - Les particularités de la lecture à l'écran,
 - Mode de recherche, mode de consommation
- Développer un style rédactionnel adapté aux spécificités du Web et des outils de consultation (tablettes, smartphones)
 - Une rédaction synthétique, ses règles
 - Une organisation rigoureuse pour faciliter son assimilation
 - Les repères pour la lecture
- Enrichir le contenu par des visuels et effets spéciaux animation, son, vidéo
 - Les équilibres à respecter
- Mentions obligatoires
 - Pour un site vitrine
 - Pour de l'e-commerce

- Règles de déontologie
 - Le respect des autres et de leur identité
 - Les règles de bonne conduite

Rédiger les textes

- S'approprier et appliquer les règles de la communication écrite
 - Les facteurs clé de la rédaction synthétique
- Apprendre à écrire court
 - Le style dynamique
 - La précision des termes
- Créer des niveaux de lecture
 - Les titres et sous titres informatifs
- Mettre en valeur le texte

Optimiser l'impact des mots et des images en print, web ou digital

- Argumenter en « bénéfices clients »
 - La posture à tenir dans la rédaction
- Choix des messages : se distinguer de la concurrence
 - Le contenu et la forme, les valeurs ou éthique

Outils pédagogiques utilisés : *exercices, documentation, exemples de document, fiches techniques Excel, support power point, site internet et supports de communication print à titre d'exemple.*

Evaluation :

Compétence 1 : *Définir l'identité visuelle de son entreprise afin de la distinguer de celle de ses concurrents*

Critère 1-1 : Le candidat a choisi un ensemble d'éléments visuels cohérent

Compétence 2 : *Rédiger des messages pour permettre une meilleure compréhension de l'offre*

Critère 2-1 : Le candidat a construit des messages adaptés à sa clientèle cible

Compétence 3 : *Choisir différents outils et supports de communication en fonction de la cible et du message à faire passer*

Critère 3-1 : Le candidat a identifié les moyens de communication à mettre en œuvre

Concevoir votre infolettre (newsletter)

Diffuser une newsletter électronique

- Analyse et typologie des newsletters
- Définir les cibles et objectifs de communication de votre newsletter
- Repérer les solutions techniques et choisir la solution adaptée aux besoins identifiés :
 - Publipostage avec les outils bureautiques
 - Logiciels dédiés
 - Prestataires spécialisés
- Connaître et respecter la législation en vigueur (CNIL et LECN)

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 clics

Outils pédagogiques utilisés : infolettre des candidats, exercices, documentation, exemples de document, support PowerPoint, site internet et infolettre à titre d’exemple.

Evaluation :

Compétence 4 : *Réaliser une newsletter adaptée à la cible identifiée*

Critère 4-1 : Le candidat a identifié les objectifs de sa newsletter et défini le message adapté

Critère 4-2 : le candidat a réalisé une infolettre correspondant aux objectifs définis

Compétence 5 : *Diffuser une newsletter auprès d’une cible identifiée*

Critère 5-1 : Le candidat a construit une stratégie de diffusion de sa newsletter

Critère 5-2 : Le candidat a mis en place des indicateurs pour mesurer l’efficacité d’envoi de sa newsletter

Réseaux sociaux

Présentation-Définitions

- Définition
- Les différents types de réseaux sociaux
- Les tendances
- Intérêts pour la communication de l’entreprise / inconvénients

L’utilisateur, acteur des réseaux sociaux

- L’impact des commentaires
- Rôle des influenceurs (blogueurs, youtubeurs, ...)

Les différents grands réseaux sociaux

- Facebook
- Twitter
- LinkedIn
- Viadeo
- Pinterest
- Tumblr
- Foursquare

Présentation et sélection des outils

- Quels réseaux sociaux pour quelles activités ?
- Quels réseaux sociaux pour quels buts ?

Création et valorisation de profil

Bonnes pratiques et utilisation contrôlée

- Profil
- Recommandations
- Mise en relation

Outils pédagogiques utilisés : *fiches pédagogiques, création et présentation de comptes témoins*

Evaluation :

Compétence 6 : *Identification d'un ou plusieurs réseaux sociaux adaptés*

Critère 6-1 : Le candidat a identifié ses besoins en matière de réseaux sociaux et choisi le réseau social propre à assurer la visibilité et le développement de son entreprise

Référencement Internet & E-réputation

Définition et état des lieux

- Le moteur de recherche, fonctionnement, utilisation
- Les principaux moteurs de recherche, leurs importances
- Les métamoteurs
- Les annuaires de recherche, les différents types
- Sites référents, avantages

Distinction indexation-référencement-positionnement

- Les définitions
- Les étapes

Bonnes pratiques de référencement naturel

- Choix de « mots clefs », les règles référencement « offline et online », le SEO
- Url, Balises hn, Balise META viewport, Densité, Organisation des contenus, liens internes, liens externes
- Contacts, recommandations, commentaires, annonces et actualités
- Lexique (Trustrank, PageRank, Sandbox...)

Techniques de référencement payant

- Les bases du SEA
- Le coût, CPC
- La complémentarité avec le SEO

Outils de référencement

- Les outils de référencement naturels et payants

Google :

- Adresse
- Shopping
- Images
- Adwords
- Pénalités

Analyse et outils

- Positionnement, trafic, backlinks

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

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

Notion de E-Réputation

- Définitions et caractéristiques :
 - Définition
 - Visibilité sur internet
 - E-Réputation
 - Identité numérique
 - Personnel-Pro Branding
- Les différents types de présence
- Les risques et mises en garde
- Le 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 et la valoriser
 - Veille
 - Effacer ses traces
 - Se renseigner sur ses interlocuteurs
 - Situations de crise et possibilités d'intervention

Outils pédagogiques utilisés pour les journées : *power point, fiches pédagogiques, exercices, mises en situation*

Evaluation :

Compétence 7 : *Définition d'une stratégie de référencement*

Critère 7-1 : Le candidat a défini une stratégie de référencement en accord avec ses besoins

Compétence 8 : *Gérer son E-réputation*

Critère 8-1 : Le candidat a réalisé une ébauche de plan d'actions en accord avec ses besoins identifiés

THEMATIQUE : RESSOURCES HUMAINES ET MANAGEMENT

Notre proposition de formation est construite à partir de notre expérience d'accompagnement et de formation de chefs d'entreprise notamment de TPE, de nos constats.

Très souvent les chefs d'entreprise ne connaissent pas :

- Le fonctionnement de leur protection sociale, les bases de calcul de cotisations, leur droit notamment en termes de prestations sociales
- Les risques pour lesquels ils sont assurés, leurs obligations
- Les incidences sociales, fiscales, patrimoniales du statut juridique

Les dirigeants ont besoin de formation concrète, pratique, et de supports adaptés à leur activité.

Ainsi, BGE Gascogne Pyrénées a choisi de proposer le module « Protection sociale de l'entrepreneur et son conjoint »

MODULE 7 : PROTECTION SOCIALE DE L'ENTREPRENEUR ET DE SON CONJOINT

CONTENU PEDAGOGIQUE DE LA FORMATION COLLECTIVE

1. OBJECTIFS DU MODULE :

- 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

2. COMPETENCES VISEES

Ce module vise la validation de **6 compétences**.

Compétence n°1 : Comprendre le fonctionnement de sa protection sociale

Compétence n°2 : Choisir une protection complémentaire adaptée

Compétence n°3 : Connaître les risques de l'entreprise et du dirigeant

Compétence n°4 : Savoir lire un contrat d'assurance

Compétence n°5 : Comprendre les incidences sociales, fiscales patrimoniales de son statut juridique

Compétence n°6 : Connaître les démarches en cas de changement de statuts et les frais liés à ce changement

3. PROGRAMME ET CONTENUS

Au démarrage du module, un tour de table sera effectué. Son objectif est la présentation des stagiaires, leurs attentes, leurs connaissances de leur protection sociale, de leurs contrats d'assurances, de leur statut juridique et des implications sociales fiscales, patrimoniales.

Protection sociale du chef d'entreprise

L'organisation de la protection sociale obligatoire des indépendants

- Etre informé des démarches liées au changement de statut social
 - L'affiliation, le choix de l'organisme conventionné
 - Mise à jour de la carte vitale
 - Information auprès de la caisse complémentaire
- Connaître ses droits en termes de prestations familiales et prestation maladie
 - Les prestations maladie
 - En nature (prestations de soins et médicaments)
 - En espèces (indemnités journalières maladie, congé maternité, congé paternité, l'invalidité)
 - L'assurance décès
 - L'ACS et la CMU
 - Les prestations familiales versées par la CAF

Préparer sa retraite

- Comprendre le fonctionnement de la retraite obligatoire
 - La retraite par répartition
 - Le calcul de la retraite de base
- Prévoir une retraite facultative
 - Contrat d'assurance complémentaire volontaire pour la retraite et la prévoyance (maladie-maternité, invalidité-décès)
 - Les possibilités de déduction loi Madelin

Calculer les cotisations obligatoires

- Apprendre les bases de calcul des cotisations sociales
 - Les différentes bases de calcul et taux en fonction des cotisations
 - Les différentes possibilités de base de calcul pour le conjoint collaborateur
 - La modulation de cotisations sociales
 - Les cotisations minimales
 - Les aides en cas de difficulté
- Visualiser l'échéancier des cotisations
 - Compréhension de son avis de cotisations
 - Les différents échéanciers de paiement possibles
- Connaître les exonérations de cotisations sociales
 - L'ACCRE (plafond, cotisations exonérées...)

La complémentaire santé

- Pourquoi faut-il une complémentaire santé, une protection arrêt de travail ?
 - Le complément du tiers paiement
 - Explication sur les bases de calcul de remboursement
 - L'opportunité de cotiser à une assurance prévoyance
- Quelles questions poser pour faire le bon choix ?
 - Le point à réaliser sur son état de santé, son âge, ses projets, sa situation familiale
- Le statut du conjoint
 - Point sur sa situation et ses besoins de protection

Outils pédagogiques utilisés : *fiches thématiques, fichier de calcul Excel, bordereaux de cotisations sociales, visites site internet*

Evaluation :

Compétence 1 : *Comprendre le fonctionnement de la protection sociale*

Critère 1-1 : Le candidat sait lire ses bordereaux de cotisation et connaît les bases de calcul

Critère 1-2 : Le candidat connaît les procédures de modulation de cotisations

Compétence 2 : *Choisir une protection complémentaire*

Critère 2-1 : Le candidat connaît les éléments pour choisir sa protection complémentaire

Entrepreneurs, les risques que vous devez vous assurer

Risques auxquels l'entreprise est exposée

- Les risques de Responsabilité
 - Responsabilité pénale
 - Responsabilité du fait personnel
 - Responsabilité du fait des choses
- La responsabilité civile professionnelle
 - Les risques
 - Les garanties
 - Les exclusions légales et conventionnelles des risques
- Les risques des dommages aux biens (vol, incendie, bris de matériels)
 - Les valeurs à prendre en compte
 - Les changements en cours de contrat
 - Les événements couverts
 - Les cyber risques
- La couverture des pertes d'exploitation
 - Définition, son utilité
- Les assurances de véhicules
 - Quels types de contrats
 - Le contrôle régulier des permis de conduire des conducteurs
 - Les attestations à mettre en place
- L'incapacité temporaire ou définitive d'un homme clé
 - Les contrats de prévoyance
 - L'invalidité
- Les obligations de prévoyance prévues

Risques auxquels le dirigeant est exposé :

- La maladie, l'accident du dirigeant
 - L'assurance complémentaire
- La responsabilité civile des dirigeants sociaux
- La protection juridique du dirigeant
 - L'option garantie juridique dans le contrat responsabilité civile professionnelle
- La perte d'emploi du dirigeant
 - La garantie Sociale du Chef d'entreprise
- Le décès de l'associé
 - La capital décès
 - L'agrément des tiers dans les statuts

Outils pédagogiques : documentation, fiches du CDIA, support powerpoint,

Evaluation :

Compétence 3 : *Connaître les risques de l'entreprise et du dirigeant*

Critère 3-1 : Le candidat est capable de liste risques

Compétence 4 : *Savoir décrypter ses contrats*

Critère 4-1 : Le candidat est capable de lire ses contrats, de les apprécier

Réinterroger son statut juridique

Les différentes formes d'entreprises

- L'entreprise individuelle et le régime de la microentreprise
 - La responsabilité de l'entrepreneur individuel et les incidences en fonction du régime matrimonial
 - Son imposition à l'IRPP
 - La base de calcul de ses cotisations sociales
 - Les incidences en cas de décès ou de séparation de l'entrepreneur en fonction de son régime matrimonial
 - Le dispositif micro entrepreneur
 - L'EIRL (responsabilité, fiscalité, les cotisations sociales suivant le choix fiscal)
- Les sociétés
 - Les différentes sociétés (commerciales, civiles)
 - Incidences patrimoniales, sociales et fiscales
- Caractéristiques des structures juridiques les plus fréquentes
 - Tableau comparatif

Changer de statut juridique

- Rappel des points déclencheurs
 - La fiscalité
 - Un changement de situation civile / personnelle
 - La croissance de l'activité ou des risques
 - La transmission
- Identifier les critères de choix
 - La responsabilité du chef d'entreprise
 - La situation patrimoniale
 - La fiscalité
 - Les cotisations sociales
 - La transmission, le décès
- Les démarches administratives, fiscales et sociale pour changer de régime
 - Les formalités du passage de l'EI à l'EIRL
 - Les formalités du passage de l'EI à une société (cessation et création)
 - Les formalités du passage de la SARL à la SAS, et/ou de la SAS à la SARL
- La nouvelle organisation de la gestion de l'entreprise
 - Le ou les dirigeants, la limitation des pouvoirs de décision
 - L'acte de nomination
- Chiffrer le changement
 - Les différents scénarios en fonction de la situation et des options retenues

Modalités du changement juridique

- Procédure à suivre
 - Evaluation du fonds
 - Choix de la composition du capital
 - Décision de s'associer ou non
 - Rédaction des statuts
- Obligations légales
 - Les publications dans un journal d'annonces légales
 - Les conditions de recours au commissaire aux apports
 - Le passage du CFE
- Effet de la transformation : juridique, fiscal, social
 - Le changement de régime fiscal
 - Le changement de régime social
 - Le changement des obligations comptables

Outils pédagogiques utilisés : *fiches de l'AFE, tableau synoptique, fichier excel avec simulations des cotisations sociales et imposition*

Evaluation :

Compétence 5 : *Connaître les incidences sociales, fiscales et patrimoniales de son statut juridique*

Critère 5-1 : Le candidat est capable de remplir le tableau qui reprend ses items

Compétence 6 : *Connaître les démarches pour changer de statut et les frais à engager*

Critère 6-1 : Le candidat sait lister les démarches à réaliser en fonction de sa situation et les frais liés à cette démarche

OUTILS ET SUPPORTS PEDAGOGIQUES

Les outils et supports pédagogiques qui seront utilisés ou mis à disposition des stagiaires sont les suivants :

- Fiches sur les points abordés : modèle de plaquette comptable détaillée, bilan, bilan fonctionnel, ratios, compte de résultat, SIG, seuil de vie, plan de trésorerie, base Excel, marketing, techniques commerciales, techniques sur la communication, check-list, protection sociale,
- Fiches du CDIA
- Ouvrages spécialisés
- Fiches AFE
- Documentation de la Sécurité Sociale des Indépendants
- Utilisation des documents des entreprises (liasses fiscales, supports de communication, outils utilisés à ce jour....)
- BGE Pro, plateforme virtuelle pour réaliser et suivre un business plan
- Mael, outil virtuel équipé d'outils techniques et juridiques
- Tableaux de bord adaptables aux dirigeants et aux activités des entreprises
- Tableaux de suivi d'actions commerciales
- Bilan qualitatif (questionnaire)
- Accès en ligne des modules E-Learning
- Fiches d'entretien individuel avec le travail réalisé et les démarches à effectuer

LES OUTILS UTILISES DURANT LA FORMATION ET LES RENDEZ-VOUS

Durant les formations, de nombreux supports seront utilisés.

Des documentations papiers pourront être distribuées aux dirigeants pour leur permettre d'appuyer les propos tenus durant la formation ou de réaliser des exercices en lien direct avec les thématiques abordés.

Des supports sur Word, Excel ou des présentations power point pourront être utilisés afin d'illustrer les propos et de faciliter leur compréhension.

Divers supports techniques pourront être utilisés et mis à la disposition des dirigeants : modèle plaquette comptable, fiches techniques AFE, fiches métiers AFE, fiche CDIA, documentation de la Sécurité Sociale des Indépendants, modèle de comptabilité, seuil de vie type, tableaux de bords types, outils comptables, déclarations fiscales et sociales, sites internet à titre d'exemple ou contre-exemple, documentation marketing spécialisées, fiches techniques, PowerPoint.

Nous demandons aux dirigeants d'apporter leurs propres documents comptables, supports marketings, cartes de visite, ainsi que leurs propres documents supports de gestion de l'entreprise et études de marchés afin de procéder à des cas d'analyse pratique.

ACCES A DES MODULES E-LEARNING RELATIFS AUX THEMATIQUES

Des modules d'E-Learning sur les thématiques abordées au cours des formations seront mis à la disposition des dirigeants afin de leur permettre, chez eux et à leur rythme, de compléter les connaissances acquises durant leur formation. Ces modules sont proposés dans le cadre de la collaboration entre la BGE Gascogne-Pyrénées et la BGE Sud Ouest via la plateforme ELERNI®.

Exemple :

Pour le module « comptabilité – analyse financière – interprétation des tableaux de bords » :

Lire et analyser son bilan	• « calculer une marge » • « Calculer un coût de revient » • « Calculer un seuil de rentabilité » • « calculer un résultat » • « calculer des Soldes Intermédiaires de Gestion » • quizz « rentabilité /SIG» • «les différents ratios de bilan et les actions pour améliorer la rentabilité»
Bien gérer sa trésorerie	• Tutoriel « le Besoin en Fonds de Roulement » • Cas pratique « Les solutions de financement » • « Les actions pour améliorer sa trésorerie » • « Classer ses documents, facturation, cahier de caisse, échéances fiscales et sociales » • «Les outils bancaires»
Mise en place de Tableaux de bord	• « Rechercher ses indicateurs et créer son tableau de bord » • Exemples de tableaux de bord selon l'activité • Ressources en ligne pour réaliser son tableau de bord selon son activité et ses objectifs

Pour le module « marketing et communication » et « nouvelles technologies et compétences numériques » :

Fondamentaux et base du marketing	• Ressources pour l'étude de sa zone de chalandise • Vidéo « comment réaliser son diagnostic commercial et stratégique » • Serious game « développer son Chiffre d'affaires sur Internet »
Relation client, agir sur la qualité et la satisfaction	• Ressources pédagogiques pour réaliser son questionnaire de satisfactions • Tutoriels en ligne de réalisation /diffusion de questionnaires (survey-monkey, google forms, sphinx) • Serious game « réussir une vente »
Réussir ses supports de communication	• Vidéos « google adwords » • Outil guide réalisation site web

De plus, les dirigeants participants à un module de formation auront aussi la possibilité de se connecter à la plateforme ELERNI® de BGE Sud-Ouest qui pourra comporter des études de cas, des exercices d'application, des supports de cours complémentaires, du tutorat en ligne, des évaluations....

Plateforme E-Learning de BGE Sud-Ouest

Accueil ► Cours ► Informatique

Navigation

- Accueil
- Cours
 - Informatique

Catégories de cours: Informatique

Formations du pôle informatique

► [Java/Java Enterprise Edition](#)

Module sur Maël du réseau BGE

Titre module	Etes-vous bien assuré ?
Thématique	ASSURANCE
Description	Les assurances de bien, les assurances de personne, où en êtes-vous ? Le monde de l'assurance est bien souvent obscur pour tout individu dont ce n'est pas l'activité. C'est une des raisons pour lesquelles le chef d'entreprise en néglige l'étude. Et pourtant, l'assurance est un élément essentiel et indispensable à l'entreprise. Qu'elles soient obligatoires ou non, ce module passe en revue les principales assurances d'une entreprise : assurance véhicule, assurance matériel, assurance civile, assurance santé, ... Le module que nous vous proposons vous éclaire sur ces différents contrats et vous donne les moyens d'auto-diagnostiquer VOS BESOINS en termes d'assurance professionnelle et ainsi de vérifier : • si votre couverture d'assurance est suffisante • au contraire, si vous ne protégez pas des risques inexistantes • et si vos contrats ne sont pas redondants. Que vous soyez artisan, commerçant, libéral, ... vous êtes tous concernés par cette problématique.

COMMUNICATION « MALLETTE DU DIRIGEANT »

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 dirigeants ciblés 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 salariée prendra en charge de la communication : réalisation de supports, diffusion.

AFFICHES

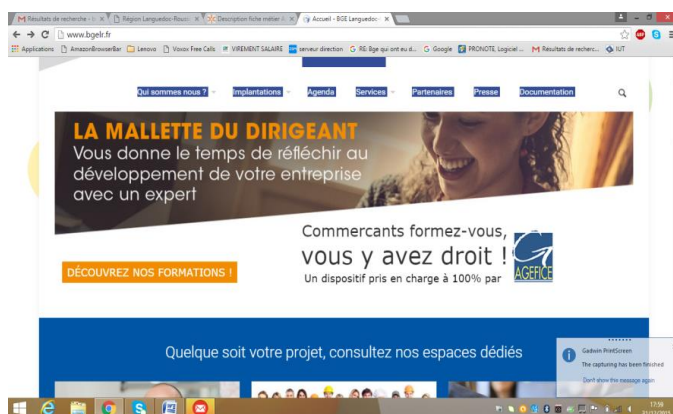
Elles ont pour but d'informer sur les thématiques les dates et les lieux des formations.

Ils sont diffusés auprès de nos partenaires ainsi que des réseaux de créateurs d'entreprise (pour qu'ils puissent remettre un support physique aux dirigeants).

SITE INTERNET

Le site internet de BGE Occitanie www.bgeoccitanie.fr permet de :

- Télécharger le programme de toutes les formations
- Connaître les lieux et dates des prochaines formations
- Faire une demande d'information directement au responsable de formation



MAILING CREATEURS & PARTENAIRES

Des mailings à destination de nos créateurs et de nos partenaires notamment banques et communauté de communes, seront adressés chaque trimestre afin d'informer des dates, lieux et contenus des formations AGEFICE ainsi que le contact de la chargée de formation référente sur le montage des dossiers.

De plus BGE Gascogne Pyrénées doit intervenir auprès de commerçants de 2 communautés de communes.

MOYENS MATERIELS

Les moyens matériels que la BGE Gascogne Pyrénées mettra à la disposition de ses stagiaires sont les suivants :

- Espace documentaire : mise à disposition d'ouvrages spécialisés (mémentos Lefebvre, Mercator, revues...), de supports de presse et de sites internet spécialisés en création et reprise d'entreprise (AFE accès professionnel... etc.) ;
- Salle de formation équipée en vidéoprojecteur et internet ;
- Caméra
- Mise à disposition de dix ordinateurs avec la connexion interne ;
- Supports pédagogiques remis aux stagiaires (polycopies, fichiers informatiques...) ;
- Support E-Learning complémentaire aux apprentissages de la formation ;
- Imprimante, photocopieur, scanner, fax

INTERVENANTS SUR L'ACTION

Nom prénom	Poste	Qualification	Formation	Domaine d'intervention et expérience professionnelle dans le domaine d'intervention
Delorge Olivia	Directrice/ chargée de mission	Cadre H	DESS Certificat d'Aptitude à l'Administration des Entreprises, IPA Lille Maîtrise de sciences économie Lille 1, chef de projet, EDHEC	Accompagnement et formations en création/reprise d'entreprises 33 ans Suivi de gestion et accompagnement au développement d'entreprises 30 ans Autres formations (gestion, économie, sociologie, remise à niveau, insertion professionnelle) 8 ans
Réveillon Louise	Chargée de mission	Technicien hautement qualifié E2	Ingénieur management et gestion des entreprises, université Lille1	Accompagnement et formations en création/reprise d'entreprises 11 ans Suivi de gestion et accompagnement de chefs d'entreprise 11 ans Autres formations (remise à niveau, insertion professionnelle, orientation) 4 ans
Renaudie Claire	Chargée de mission	Technicien hautement qualifié E1	Master 2 Droit	Accompagnement et formation en création/reprise d'entreprises 3 ans Suivi de gestion et accompagnement de chefs d'entreprise 3 ans Juriste 3 ans
Chignec Aurélia	Chargée de mission	Technicien hautement qualifié E2	Maîtrise de droit des affaires, DEA de droit privé	Accompagnement et formations en création/reprise d'entreprises 11 ans Suivi de gestion et accompagnement de chefs d'entreprise 11 ans Juriste 8 ans

Des réunions

Tous les 15 jours au minimum, nous avons une réunion d'équipe.

Le matin est consacré à l'organisation de BGE, ses conventions, les nouveautés législatives et leurs implications.

Pour chaque nouvelle prestation ou évolution de prestation, une ou plusieurs réunions d'équipe sont organisées à ce sujet pour :

- Travailler sur la pédagogie, le déroulé,
- S'approprier les procédures administratives.

L'après-midi est consacré aux points sur dossiers c'est-à-dire aux questions que se posent les chargées de mission sur leur accompagnement de créateurs et de chefs d'entreprise, sur les situations rencontrées notamment.

Les chargés de mission forment une équipe. L'entraide, la disponibilité, le soutien mutuel leur permettent de travailler en confiance dans de bonnes conditions.

Formations

Un entretien individuel annuel avec chaque salarié de la structure qui permet de faire le point sur :

- Les besoins de formation,
- Sur l'évolution du poste,
- Sur les difficultés rencontrées.

Suite aux entretiens annuels, un plan de formation est mis en place en fonction des demandes des chargées de mission et de l'évolution de notre métier, des prestations.

Il est composé de :

- Formations internes,
- Formations organisées par BGE réseau (à Paris ou en visioconférence), par d'autres BGE notamment par BGE Sud Ouest,
- Formations externes : MADEELI, Organismes de formation.

Au sein du réseau national BGE

BGE Gascogne Pyrénées fait partie du réseau national BGE. Ce réseau compte 50 BGE et près de 1000 salariés.

Un ensemble de ressources sont mutualisées entre les associations BGE et animées par le réseau national afin d'assurer la qualité des prestations.

Chaque année, en plus des partages organisés dans le cadre de groupes de travail, BGE Réseau organise :

- une « bourse aux outils et innovations BGE » afin d'accélérer la diffusion des expérimentations ; une trentaine d'outils ou de pratiques innovantes sont présentées chaque année.
- Les outils mobilisés portés par le réseau BGE : Balise, Carte en Mains, MAEL, (MonBureauVirtuel), BGEPRO (MonBureauVirtuel)
- Cycle de visio conférence thématiques. De nombreux thèmes sont traités en fonction des enjeux
- Master Class : rassemblement annuel des conseillers du réseau pour échanger sur leurs techniques d'accompagnement et d'animation.
Exemple de thèmes traités : e-learning et accompagnement par le digital, stratégie commerciale (dont e-commerce), développement RH dans les TPE, mieux se connaître pour une meilleure relation client, optimiser sa prospection téléphonique, mise en pratique du CPF

Le réseau national BGE investit dans des outils structurant afin d'en doter les BGE. Ces outils sont diffusés en BGE par des programmes de formation et des ateliers de partages de pratiques.

NOS LOCAUX SUR LES LIEUX DE REALISATION DE LA PRESTATION

A Auch : l'association est propriétaire d'un local de 180 M2 au 119 Bis avenue de la 1^{ère} Armée 32000 Auch.

Ce local est composé :

- d'un hall d'accueil avec 2 ordinateurs, une banque d'accueil, mobiliers de rangement, imprimante photocopieuse/scanner
- d'une salle de cours meublée connexion internet, possibilité d'accès libre de PC
- d'une salle de documentation spécialisée avec 2 PC connexion internet : mémentos Lefebvre (droit des affaires, droit commercial, agriculture, professions libérales fiscal, social, sociétés civiles, concurrence et prix), données professionnelles CGA, Mercator...
- 10 ordinateurs PC portables
- de 3 bureaux meublés avec téléphone, connexion internet
- d'un coin cuisine.

En fonction des demandes, la BGE Gascogne Pyrénées est en mesure de réaliser des formations délocalisées dans le Gers (32) à :

- Nogaro, dans des locaux municipaux
- Vic-Fezensac, dans des locaux municipaux
- Marciac, dans les locaux de la Communauté de Communes Bastides et Vallons
- Lectoure dans les locaux de la pépinière d'entreprise ;
- Fleurance dans les locaux de la maison des Services Publics
- l'Isle Jourdain, dans les locaux de la MCEF du Val de Save
- Condom, dans les locaux des MDS du Conseil Départemental

A Tarbes (65) : L'antenne de l'association se situe dans les locaux de Crescendo (Couveuse et Pépinière d'entreprises) afin d'être au plus proche des porteurs de projets et chefs d'entreprises.

Elle dispose :

- d'un amphithéâtre
- d'une salle de cours toute équipée de 50m2
- d'un espace de co-working
- d'un bureau de 25 m2 tout équipé
- d'un coin cuisine
- de sanitaires.

En fonction des demandes, la BGE Gascogne Pyrénées est en mesure de réaliser des formations délocalisées dans les Hautes-Pyrénées à :

- Vic-en-Bigorre, dans la maison des services publics
- Lannemezan, dans les locaux du CFPPA
- Lourdes, dans les locaux de la MCEF.

A Lembeye (64) : dans les locaux de la communauté de communes de Nord Est Béarn met à disposition de BGE Gascogne Pyrénées :

- une salle de formation avec internet
- une photocopieuse, scanner, imprimante
- un vidéo projecteur
- BGE dispose de 10 PC portables et caméra

PARTENAIRES FINANCIERS

Nos prestations en 2017 sont généralement financées par des acteurs publics et para-publics dans le cadre d'appel d'offre, d'appel à projet ou de mises en concurrence.

De nombreuses prestations bénéficient d'un cofinancement du fonds social européen.



	Organisme financeur	Publics	Types de prestations	Modes d'intervention
	AGEFIPH	Demandeurs d'emploi TH	Accompagnement avant et post création	Individuel et collectif
	Ex - Communauté de Communes du Canton de Lembeye en Vic-Bilh	Porteurs de projets tous publics et chefs d'entreprise sur le territoire de la Communauté de Communes	Accueil, Accompagnement, Suivi de chefs d'entreprise	Individuel et collectif
	DIRECCTE Midi-Pyrénées (NACRE)	Demandeurs d'emploi créateurs/repreneurs d'entreprise/chefs d'entreprise	Accompagnement avant et après créations, Ingénierie financières	Individuel
	Région Occitanie	Demandeurs d'emploi créateurs/repreneurs d'entreprises Chefs d'entreprise	Formations création d'entreprise, Accueil, Accompagnement, Suivi de chefs d'entreprise	Collectif et individuel
	Pôle Emploi	Demandeurs d'emploi créateurs/repreneurs	Atelier création d'entreprise	Collectif
	Département du Gers	Porteurs de projet et chefs d'entreprise indépendants allocataires du RSA	Accompagnement à la création Suivi d'entrepreneurs	Collectif et individuel
	FONGECIF	Salariés créateurs/repreneurs d'entreprises	Bilan créateur d'entreprise	Individuel
	AGEFICE	Travailleurs non salariés relevant de l'AGEFICE	Malette du dirigeant	Collectif et individuel