



# BGE GRAND BITERROIS ET ANTENNE DU BASSIN DE THAU

MALLETTE DU DIRIGEANT 2019



*Madame, Monsieur,*

*Nous avons l'honneur de vous présenter notre dossier de candidature pour pouvoir déployer une nouvelle fois à vos côtés la Mallette du Dirigeant.*

*Depuis 5 ans nous œuvrons pour permettre aux nombreux chefs d'entreprise ressortissants de votre organisme d'accéder à une offre de formation spécifique et ciblée pour leur permettre de développer et de pérenniser leur affaire.*

*Chaque année nous accompagnons plusieurs centaines de jeunes chefs d'entreprise et d'autres plus aguerris déjà installés pour les aider dans le développement de leur structure. L'enjeu est double, à la fois économique et humain.*

*Il s'agit en effet d'offrir à ces entreprises des solutions pour se développer et se pérenniser et s'adapter à cet environnement en permanente mutation.*

*Et il s'agit également de permettre aux hommes et aux femmes qui se sont lancés dans cette aventure de mettre tout en œuvre pour réussir leur « projet de vie ».*

*Grâce à la formation professionnelle et aux dispositifs de financements existants nous avons pu déployer depuis plusieurs années une offre de formations de qualité et répondre aux besoins détectés.*

*Le dispositif spécifique de la MDD que vous avez initié, nous a permis de toucher un public de plus en plus large et de susciter et de développer une véritable appétence pour la formation.*

*Nous serions heureux de pouvoir poursuivre cette action en 2019.*

*Cette année sera une année importante de transition pour notre association.*

*En effet notre Conseil d'Administration et celui de BGE Languedoc Catalogne ont décidé de fusionner pour ne former plus qu'une seule entité en 2020.*

*Nos équipes travaillent de façon étroite en ce sens et nous avons mutualisé avec BGE Languedoc Catalogne de nombreux moyens et process pour rendre notre action en faveur des entrepreneurs la plus efficiente possible.*

*Cette fusion n'est pas encore réalisée et pour 2019 nous sommes encore deux entités distinctes qui répondront de façon individuelle à cet appel à candidature.*

*Nous vous remercions de l'attention que vous porterez à notre dossier de candidature à l'opération MDD 2018.*

*Nous restons à votre disposition pour toute information complémentaire que vous souhaiteriez obtenir et dans l'attente, je vous prie d'agréer, Madame, Monsieur, l'assurance de mes respectueuses salutations.*

*Michel ESPAÑOL  
Président de BGE Grand Biterrois*

# I - BGE GRAND BITERROIS

L'association BGE GRAND BITERROIS est présente depuis 26 ans sur le territoire du Grand Biterrois et depuis 16 ans sur celui du Bassin de Thau avec une équipe de 12 salariés totalement dédiées à **l'accompagnement à la création/reprise/développement d'entreprises** et la formation.

## 1 - NOTRE DEMARCHE CONSTRuite ET CENTREE SUR LA PERSONNE

Depuis notre création en octobre 1993, nous développons une conception originale et particulière de l'accompagnement/formation à la création/reprise/développement d'entreprise.

Dans l'accompagnement que nous mettons en œuvre au quotidien, nous cherchons à identifier les spécificités qui font de chaque porteur de projet un individu à part, produit de sa propre histoire. Chaque personne a des particularités et présente des situations très différenciées en termes de formation, d'expérience, d'âge, d'environnement social, d'enjeux personnels, d'état de maturité du projet, d'aptitudes et de compétences, de culture entrepreneuriale. Ces particularités doivent être recherchées comprises et appréhendées pour parfaire la qualité de l'accompagnement et maximiser son efficacité.

Nous veillons ainsi systématiquement à avoir une approche individualisée et personnalisée. Au cours d'un ou des entretiens individuels nous établissons un pré diagnostic concerté avec la personne qui permet d'identifier ses points forts et ses points de vigilance et de travailler avec lui sur la définition d'un parcours adapté, « sur-mesure » qui répondra à ces diverses contraintes et atouts.

En prenant appui sur le projet, nos objectifs fondamentaux sont de :

- **Développer l'esprit d'initiative et la culture entrepreneuriale**
- Valoriser la personne dans son parcours **quel qu'en soit son issue**
- Favoriser **l'autonomie et la capacité de** prise de décision **du chef d'entreprise** en facilitant le transfert de compétences
- Initier des comportements plus solidaires (coopération, entraide, réciprocité)
- **Faciliter l'intégration sur un territoire**



## 2 - NOTRE OFFRE DE SERVICES

*Selon la phase de maturité du projet nous disposons de divers outils et méthode d'accompagnement que nous adaptons au parcours de la personne*



▪ EN AMONT DE LA CREATION : SENSIBILISATION, DETECTION ET VALORISATION DES INITIATIVES

Mise en œuvre d'action « sur mesure » individualisées :

## METIER

### Détecter - Faire émerger les idées

- 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

### Informier-Orienter

- Aider le porteur de projet à comprendre la réalité d'une création-reprise d'entreprise
- Valider la cohérence porteur/projet : solidité de la motivation, évaluation du potentiel personnel, bilan de compétences...

## OFFRE

### Emergence d'idées de création

Personnes sans idées ou avec trop d'idées

**Objectif :** trouver une ou plusieurs idées à tester

**Contenu :** évaluation des compétences, séances de créativité, atelier balise, analyse économique d'activités

### Sensibilisation à la création d'activité

Personnes s'intéressant à la création et ayant des interrogations

**Objectif :** obtenir des réponses aux premières interrogations sur la création

**Contenu :** présentation collective des étapes de la création d'entreprise et des partenaires suivie d'un entretien individuel

## OUTILS

→ BALISE

→ CARTE MAINS

→ PROGRAMME DE SENSIBILISATION EN MILIEU SCOLAIRE OU UNIVERSITAIRE

Mise en œuvre de parcours « sur mesure » individualisés :

METIER



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

Mobiliser la liste de 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
- Préparation des entretiens avec le partenaire financeur

Aider les entrepreneurs à pérenniser leur structure :

- développement commercial,
- organisation administrative
- tableaux de bords,
- formations à la gestion, communication, juridique
- formations au management et gestion des RH

OFFRE



**Objectif :** établir un diagnostic court ou plus approfondi pour analyser la viabilité et la faisabilité du projet de création reprise.

**Contenu :** élaborer un plan d'affaires avec stratégie commerciale, structuration financière et juridique

Personnes ayant besoin d'outils et d'échanges

**Ateliers commerciaux**  
**Objectif :** Etre plus à l'aise en situation commerciale  
**Contenu :** outils, simulations jeux de rôles

**Ateliers pour entreprendre**  
**Objectif :** acquérir des outils pour avancer dans son projet de création  
**Contenu :** outils, exercices simulateur

**Objectif :** concrétiser les étapes d'une création ou reprise d'entreprise  
Connaître, rencontrer les partenaires institutionnels

**Contenu :** évaluation du potentiel entrepreneurial, formation collective, accompagnement individuel à la finalisation des projets

**Objectif :** appuyer le chef d'entreprise dans le démarrage de son activité

**Contenu :** mise en place de structures administratives, renfort des obligations comptables, mise en place de tableaux de bord, aide au développement commercial

OUTILS

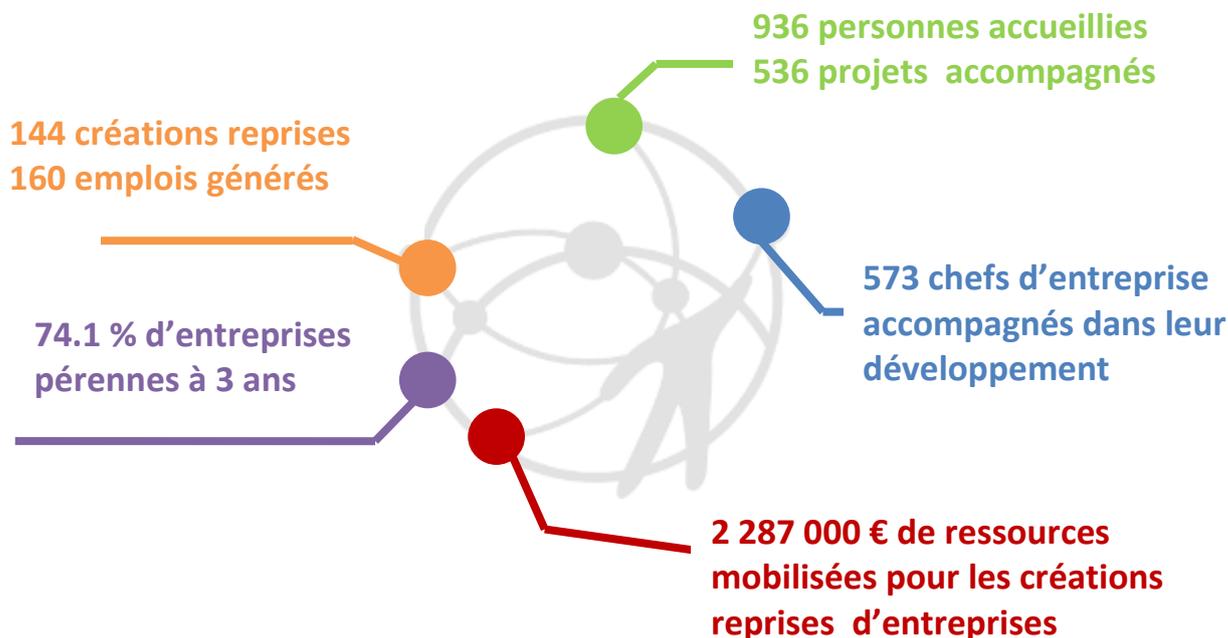
- MAEL
- BGE PRO
- BGE CLUB

Nous disposons ainsi d'une palette étendue de programmes permettant de nous adapter et de répondre aux besoins des porteurs de projet et chefs d'entreprise, pour :



### 3 – BGE GRAND BITERROIS EN QUELQUES CHIFFRES

En 2018 BGE Grand Biterrois c'est

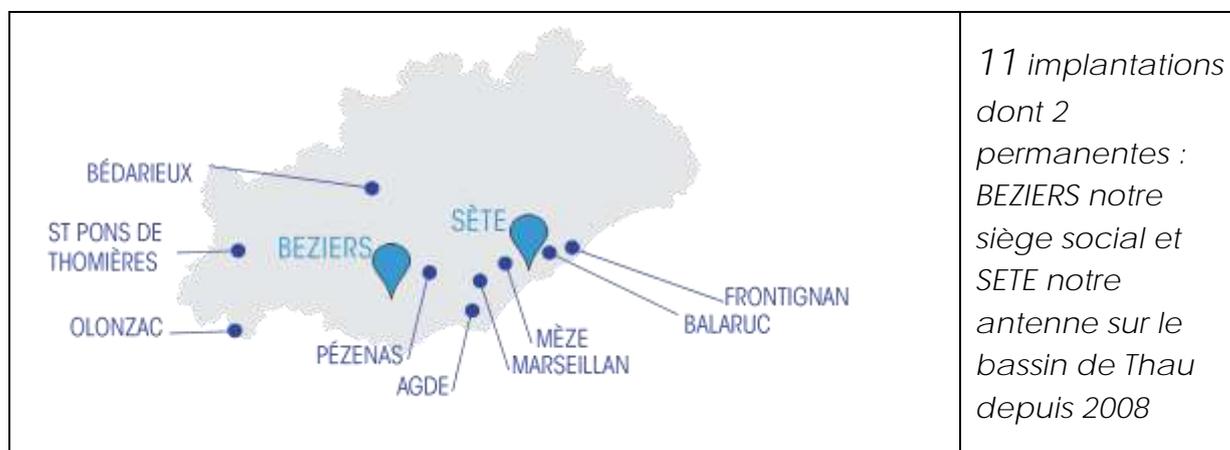


### 4 – BGE GRAND BITERROIS UNE COUVERTURE TERRITORIALE

L'accompagnement des entreprises ne peut se faire sans une bonne connaissance de l'environnement géographique dans lequel elles évoluent.

Notre structure a ainsi fait le choix de développer de nombreux lieux d'accueil sur l'ensemble de l'ouest héraultais et bassin de Thau nous permettant aujourd'hui d'afficher 11 lieux d'accueil.

#### Nos lieux d'accueil et permanences





Comme évoqué en préambule dans la lettre de notre président, 2019 est une année importante pour notre association puisque nous travaillons avec BGE Languedoc Catalogne sur un projet de fusion. Ce projet devrait unir nos deux entités dans une seule et même structure juridique qui devrait être opérationnelle vraisemblablement en 2020.

Ainsi dans ce cadre nous mutualisons déjà nos moyens humains, techniques et pédagogiques pour chercher à rendre notre action auprès des publics que nous accompagnons la plus pertinente et efficace sur l'ensemble du territoire couvert.

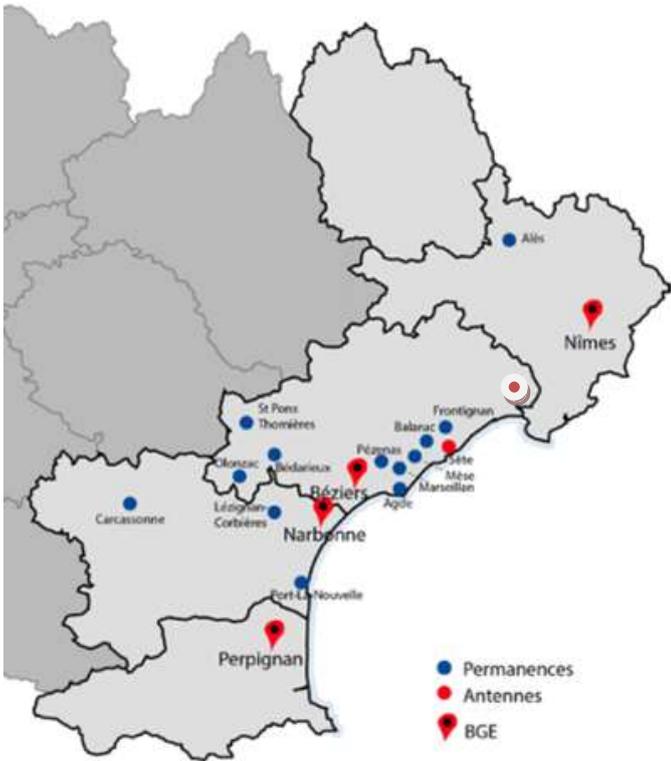
Un audit réalisé par un cabinet externe indépendant est en cours sur les deux BGE et devrait nous permettre de définir les conditions optimales de réalisation de cette fusion dont le format juridique n'est donc pas à ce jour encore connu (fusion création ? fusion absorption ?)

En attendant les deux BGE demeurent indépendantes et répondent individuellement en leur nom propre à l'appel à candidatures pour la MDD 2019

Nous vous présentons donc aujourd'hui une proposition d'intervention sur les lieux identiques à ceux que nous avons présentés en 2018 auxquels nous souhaitons pouvoir adjoindre les lieux de formation proposés par notre consœur BGE Languedoc Catalogne à Nîmes, Narbonne, Perpignan, Castelnaudary et Carcassonne.

Cette demande qui sera également réalisée par BGE Languedoc Catalogne englobant nos propres lieux de formation, nous permettra d'assurer une continuité à l'action MDD quel que soit le format effectif de la fusion.

### Les lieux de réalisation des formations

 <p>● Permanences ● Antennes ● BGE</p>	<p>13 lieux potentiels pour la réalisation des sessions de formation sont ici proposés</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ 3 sur le territoire de notre BGE Grand Biterrois Béziers et Sète (local BGE Grand Biterrois et local de notre partenaire la plateforme Initiative Thau)</li><li>▪ 9 sur le territoire de BGE Languedoc Catalogne Narbonne (locaux BGE) et dans les locaux de IN'ESS, ainsi que sur ses antennes à la BGE de Perpignan, à la BGE du Gard et de la Lozère à Nîmes, Alès et Mendes, et enfin dans les locaux de BGE Est Audois à Castelnaudary et Carcassonne, Limoux</li><li>▪ 1 en partenariat avec la BGE Pays de Lunel</li></ul>
--	--

Sur Béziers :

- Les formations se dérouleront dans nos locaux à notre siège social

<p>BGE Béziers          Zone Industrielle du Capiscol          5 rue Langevin          34500 Béziers</p>	
<p>Description</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 16 Bureaux + 1 bureau (accessible aux personnes à mobilité réduite)</li> <li>• 1 Secrétariat accueil</li> <li>• 2 Salles de formation de 30 M2</li> <li>• 1 espace coworking</li> <li>• un espace repas (Frigo – micro-onde)</li> </ul> 
<p>Accessibilité handicapés</p>	<p>RDC entièrement accessible aux personnes à mobilité réduite</p>
<p>Moyens d'accès et possibilités de stationnement</p>	<p>Bus, voiture (stationnement gratuit)</p>
<p>Equipement en matériel</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 16 micro-ordinateurs + 6 ordinateurs portables (permanences et formations), modems, scanner, lecteurs CD Rom, 2 copieurs fax, Connexion en réseau, Internet en wifi pour stagiaires, Clef 3G</li> <li>• 2 vidéoprojecteurs</li> <li>• Standard téléphonique + 16 postes et 2 téléphones portables</li> <li>• Mobilier de bureau complet</li> <li>• Espaces de coworking</li> <li>• Salle de repos et de restauration pour stagiaire</li> </ul>
<p>Documentation disponible</p>	<p>Revue fiduciaire          Lefèvre de social, fiscal, comptabilité          Ouvrages édités par BGE          Abonnements à des sites spécialisés (AFE, Infogreffe, ...)</p>

Sur Sète

- Les formations se dérouleront également dans les locaux de notre antenne de Sète

<p>BGE Antenne de Sète          14 quai du Pavois d'Or          34200 Sète</p>	
<p>Description</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 Bureaux (accessibles aux personnes à mobilité réduite)</li> <li>• 1 Secrétariat accueil (accessible aux personnes à mobilité réduite)</li> <li>• 1 Salle de formation de 20 M2</li> </ul>

	<p>Le tout entièrement accessible aux personnes à mobilité réduite</p> 
Accessibilité handicapés	Oui
Moyens d'accès et possibilités de stationnement	Bus, voiture (stationnement gratuit à proximité ou payant dans la rue), train (gare en face du local)
Equipement en matériel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 micro-ordinateurs + 3 ordinateurs portables (permanences et formations), modems, scanner, lecteurs CD Rom, 2 copieurs fax, Connexion en réseau, Internet en wifi pour stagiaires, Clef 3G</li> <li>• 1 vidéoprojecteur</li> <li>• Standard téléphonique + 3 postes</li> <li>• Mobilier de bureau complet</li> </ul>
Documentation disponible	<p>Revue fiduciaire Lefèvre de social, fiscal, comptabilité Ouvrages édités par BGE Abonnements à des sites spécialisés (AFE, Infogreffe, ...)</p>

Les locaux envisagés pour la réalisation de sessions de formations MDD dans les locaux de nos partenaires

Sur Frontignan :

<p>INITIATIVE THAU 4 Rue d'Aiguës, 34110 Frontignan</p>	
Description	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 Secrétariat accueil</li> <li>• Salle de formation de 30 M2</li> <li>• 6 ordinateurs portables pouvant être mis à disposition pour stagiaire non équipé</li> <li>• Connexion en réseau, Internet en wifi pour stagiaires,</li> <li>• Parking gratuit</li> </ul> 
Equipement en matériel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salles de formation équipée (tables, chaises, , vidéoprojecteur, tableau blanc,)</li> </ul>
Accessibilité handicapés	Oui
Moyens d'accès et	Bus, voiture (stationnement gratuit face à l'immeuble)

possibilités de stationnement	
-------------------------------	--

Sur Narbonne :

BGE LANGUEDOC CATALOGNE Bâtiment IN'ESS 30 Avenue du Dr Paul Pompidor 11 100 Narbonne	
Description	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Superficie 550 m<sup>2</sup></li> <li>• Espace Accueil + conseil, accompagnement et suivi des porteurs de projets,</li> <li>• Espace Pépinière : 20 bureaux équipés d'une surface de 12 m<sup>2</sup> à 33 m<sup>2</sup>,</li> <li>• Espace Couveuse : 1 bureau équipé mobilier et informatique + Système balise,</li> <li>• Espace « Coworking »</li> <li>• Espace détente, sport et conciergerie,</li> </ul> A disposition en Espace commun au sein du bâtiment IN'ESS <ul style="list-style-type: none"> <li>• Salles de formation équipées de 49 m<sup>2</sup> et de 37 m<sup>2</sup>,</li> <li>• 9 sanitaires (homme, femme, handicapés),</li> <li>• ascenseur + 3 accès escalier</li> </ul> 
Equipement en matériel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salles de formation équipée (tables, chaises, tableau interactif, vidéoprojecteur, tableau blanc, 4 postes informatiques portables, téléphones fixes, imprimante, copieur scanner, ...),</li> <li>• Espace « Coworking » équipé avec mobilier, téléphonie et 4 postes informatiques, espace Formation / Réunion équipé (mobilier, informatique, vidéoprojecteur, tableau interactif,...),</li> <li>• 4 Bureaux équipés pour entretiens individuels,</li> <li>• Accès à Internet haut débit Possibilité d'envoi de courriels</li> <li>• 8 postes Internet et courriel le cas échéant : 8</li> <li>• Documentation professionnelle de base</li> <li>• Presse généraliste et spécialisée</li> <li>• Téléphone et télécopieur et photocopieur et imprimante</li> </ul>
Accessibilité handicapés	Oui
Moyens d'accès et possibilités de stationnement	Bus, voiture stationnement gratuit et sécurisé

Sur Narbonne :

BGE LANGUEDOC CATALOGNE 29, rue Jean Jaurès 11 100 Narbonne	
Description	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Surface de 120 m<sup>2</sup></li> <li>• 4 bureaux</li> <li>• 1 salle de formation (10 places)</li> <li>• un espace d'accueil</li> <li>• un espace cuisine et détente</li> <li>• 1 salle informatique / copieur</li> <li>• 1 salle d'archives</li> </ul> 
Equipement en matériel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (meubler + matériel dans la salle de formation de 10 places,</li> <li>• Un équipement en vidéoprojecteur + ordinateurs,</li> <li>• Accès wifi internet,</li> <li>• Téléphones (standard + 4 combinés + 2 portables)</li> <li>• 3 postes avec accès à Internet haut débit Possibilité d'envoi de courriels</li> <li>• Documentation professionnelle de base</li> <li>• Presse généraliste et spécialisée</li> <li>• Téléphone</li> <li>• Télécopieur et photocopieur</li> <li>• Imprimante</li> </ul>
Accessibilité handicapés	Non
Moyens d'accès et possibilités de stationnement	Bus, voiture avec parking payant à proximité

Sur Perpignan :

BGE LANGUEDOC CATALOGNE 4 Bd Thomas WILSON 66 000 Perpignan	
Description	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Surface de 190 m<sup>2</sup></li> <li>• 4 bureaux</li> <li>• 1 salle de formation (15 places)</li> <li>• 1 espace accueil/attente</li> <li>• un espace repas (Frigo - micro-onde)</li> <li>• une terrasse extérieure de 50 m<sup>2</sup></li> </ul>

	
<i>Equipement en matériel</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5 postes informatiques.</li> <li>• Un équipement en vidéoprojecteur</li> <li>• Photocopieur/Imprimante/fax/scanner</li> <li>• accès à Internet haut débit Possibilité d'envoi de courriels</li> <li>• Documentation professionnelle de base</li> <li>• Presse généraliste et spécialisée</li> <li>• Téléphone</li> <li>• Télécopieur et photocopieur</li> <li>• Imprimante</li> </ul>
<i>Accessibilité handicapés</i>	<i>oui</i>
<i>Moyens d'accès et possibilités de stationnement</i>	<i>Transport en commun : Bus à 50 m Stationnement : Parkings disponibles sur place</i>

Sur Nîmes :

<p>BGE LANGUEDOC CATALOGNE Actipolis Bât A2, 55 rue André Le Notre, 30900 Nîmes Ville Active</p>	
<i>Description</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 accueil physique et téléphonique</li> <li>• 3 bureaux confidentiels</li> <li>• 1 salle de formation</li> </ul> 
<i>Equipement en matériel</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 postes informatiques.</li> <li>• vidéoprojecteur</li> <li>• Photocopieur/Imprimante/fax/scanner</li> <li>• accès à Internet haut débit Possibilité d'envoi de courriels</li> <li>• Documentation professionnelle de base</li> <li>• Presse généraliste et spécialisée</li> <li>• Téléphone</li> <li>• Télécopieur et photocopieur</li> <li>• Imprimante</li> </ul>
<i>Accessibilité handicapés</i>	<i>non</i>
<i>Moyens d'accès et possibilités</i>	<i>Bus</i>

de stationnement	Voiture parkings gratuits sur place.
------------------	--------------------------------------

Sur Carcassonne :

BGE LANGUEDOC CATALOGNE Hameau de Montquiers 11000 Carcassonne	
Description	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Surface de 50 m<sup>2</sup></li> <li>• 1 bureau conseiller</li> <li>• 2 salles de formation multimédia (30 et 10 places en espace partagé)</li> <li>• Une salle informatique / copieur</li> <li>• un espace d'accueil</li> <li>• Sanitaires</li> </ul> 
Equipement en matériel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 Salles de formation équipées (tables, chaises, tableau) avec vidéoprojecteur</li> <li>• 1 poste informatique.</li> <li>• Téléphones : fixe et portable</li> <li>• Imprimante - copieur - fax - scanner</li> <li>• Accès à Internet haut débit possibilité d'envoi de courriels</li> <li>• Documentation professionnelle de base</li> <li>• Logiciel de gestion de projet : Logiciel de «Gestion prévisionnelle »</li> <li>• Logiciel de « Marketing »</li> <li>• Presse généraliste et spécialisée</li> <li>• Téléphone</li> <li>• Télécopieur et photocopieur Imprimante</li> </ul>
Accessibilité handicapés	oui
Moyens d'accès et possibilités de stationnement	Bus Voiture parkings gratuits sur place.

Sur Castelnaudary :

BGE LANGUEDOC CATALOGNE 9 Avenue Georges Pompidou 11400 Castelnaudary	
Description	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Surface de 80 m<sup>2</sup></li> <li>• 2 bureaux</li> <li>• 1 salle de formation (14 places)</li> <li>• un espace d'accueil</li> </ul> <p>un espace repas (Frigo - micro-onde)</p>

	
<i>Equipement en matériel</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informatique en réseau (4 postes).</li> <li>• Un équipement en vidéoprojecteurs</li> <li>• Photocopieurs et Imprimantes</li> <li>• Accès à Internet haut débit Possibilité d'envoi de courriels</li> <li>• Nombre de postes Internet et courriel le cas échéant : 8</li> <li>• Documentation professionnelle de base</li> <li>• Logiciel de gestion de projet : Logiciel de «Gestion prévisionnelle »</li> <li>• Logiciel de « Marketing »</li> <li>• Presse généraliste et spécialisée</li> <li>• Téléphone</li> <li>• Télécopieur</li> <li>• Photocopieur</li> <li>• Imprimante</li> </ul>
<i>Accessibilité handicapés</i>	Oui
<i>Moyens d'accès et possibilités de stationnement</i>	Bus gare routière et ferroviaire à proximité Voiture parkings gratuits sur place.

Sur Alès :

<p>BGE LANGUEDOC CATALOGNE</p> <p>840 Chemin du Mas de la Bedosse 30100 Alès</p>	
<i>Description</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 bureau</li> <li>• 1 salle de formation (15 places)</li> <li>• 1 espace accueil/attente mutualisé</li> </ul> 
<i>Equipement en matériel</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accès à Internet haut débit Possibilité d'envoi de courriels</li> <li>• Nombre de postes Internet et courriel le cas échéant : 2</li> <li>• Documentation professionnelle de base</li> <li>• Logiciel de gestion de projet : Logiciel de «Gestion prévisionnelle »</li> <li>• Logiciel de « Marketing »</li> <li>• Presse généraliste et spécialisée</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Téléphone</li> <li>• Photocopieur</li> <li>• Imprimante</li> <li>• Un ordinateur</li> <li>• Un vidéoprojecteur</li> </ul>
Accessibilité handicapés	<i>oui</i>
Moyens d'accès et possibilités de stationnement	<i>Bus Voiture parkings gratuits sur place.</i>

Sur Limoux :

<p>BGE LANGUEDOC CATALOGNE</p> <p>5, promenade du Tivoli 11 300 Limoux</p>	
Description	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Surface de 70 m<sup>2</sup></li> <li>• 2 bureaux</li> <li>• 1 salle de formation (10 places)</li> </ul> <p>un espace repas (Frigo - micro-onde)</p> 
Equipement en matériel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accès à Internet haut débit Possibilité d'envoi de courriels</li> <li>• Nombre de postes Internet et courriel le cas échéant : 2</li> <li>• Documentation professionnelle de base</li> <li>• Logiciel de gestion de projet : Logiciel de «Gestion prévisionnelle »</li> <li>• Logiciel de « Marketing »</li> <li>• Presse généraliste et spécialisée</li> <li>• Téléphone</li> <li>• Photocopieur</li> <li>• Imprimante</li> <li>• 2 ordinateurs</li> <li>• Un vidéoprojecteur</li> </ul>
Accessibilité handicapés	<i>oui</i>

Moyens d'accès et possibilités de stationnement	Transport en commun : gare routière et ferroviaire à proximité Stationnement : Parkings gratuits disponibles sur place
---	---

Sur Mende :

<p>BGE LANGUEDOC CATALOGNE</p> <p>27 avenue Foch – 48 000 - Mende</p>	
Description	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 bureau</li> <li>• 1 salle de formation (12 places)</li> <li>• 1 espace accueil/attente mutualisé</li> </ul> 
Equipement en matériel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accès à Internet haut débit Possibilité d'envoi de courriels</li> <li>• Nombre de postes Internet et courriel le cas échéant : 2</li> <li>• Documentation professionnelle de base</li> <li>• Logiciel de gestion de projet : Logiciel de «Gestion prévisionnelle »</li> <li>• Logiciel de « Marketing »</li> <li>• Presse généraliste et spécialisée</li> <li>• Téléphone</li> <li>• Photocopieur</li> <li>• Imprimante</li> <li>• 2 ordinateurs</li> <li>• Un vidéoprojecteur</li> </ul>
Accessibilité handicapés	oui
Moyens d'accès et possibilités de stationnement	: Parkings gratuits disponibles sur place

Sur Lunel :

<p>BGE PAYS DE LUNEL</p> <p>Via Innova</p> <p>177 Bis Avenue Louis Lumière</p> <p>34400 Lunel</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 Secrétariat accueil</li> <li>• 1 Salles de formation de 30 M2</li> <li>• 6 ordinateurs portables pouvant être mis à disposition</li> </ul>

*Description*

*pour stagiaire non équipé*

- *Connexion en réseau, Internet en wifi pour stagiaires,*
- *Parking gratuit*

*Le tout entièrement accessible aux personnes à mobilité réduite*



## 5 – BGE GRAND BITERROIS UNE EQUIPE IMPLIQUEE

Comme les précédentes années, nous mobiliserons notre équipe de formateurs salariés BGE ainsi que notre équipe de formateurs externes, professionnels de la formation sélectionnés par nos soins et spécialisés dans des domaines de compétences techniques spécifiques dont nous ne disposons pas en interne.

### L'équipe de salariés

12 salariés dont 11 consultants-formateurs : experts de la création-reprise, développement d'entreprise

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)

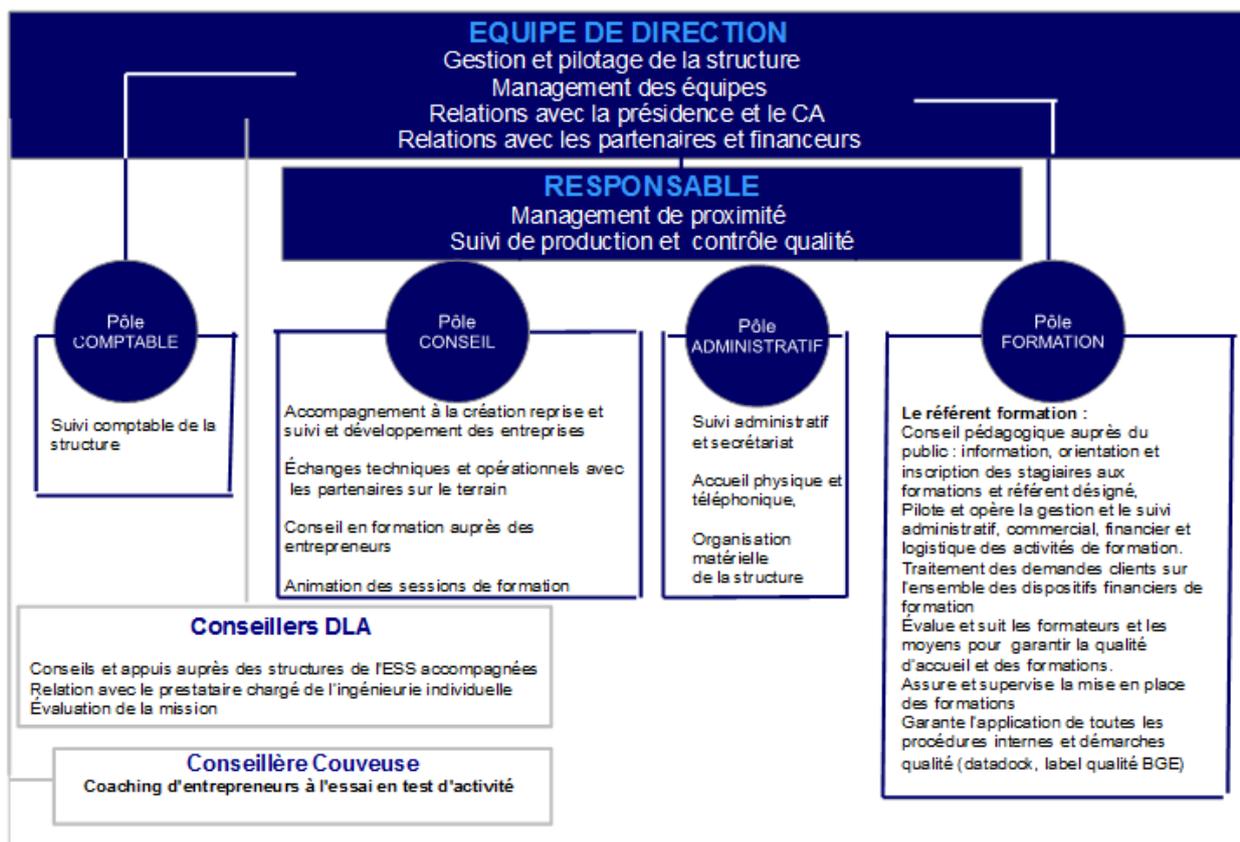
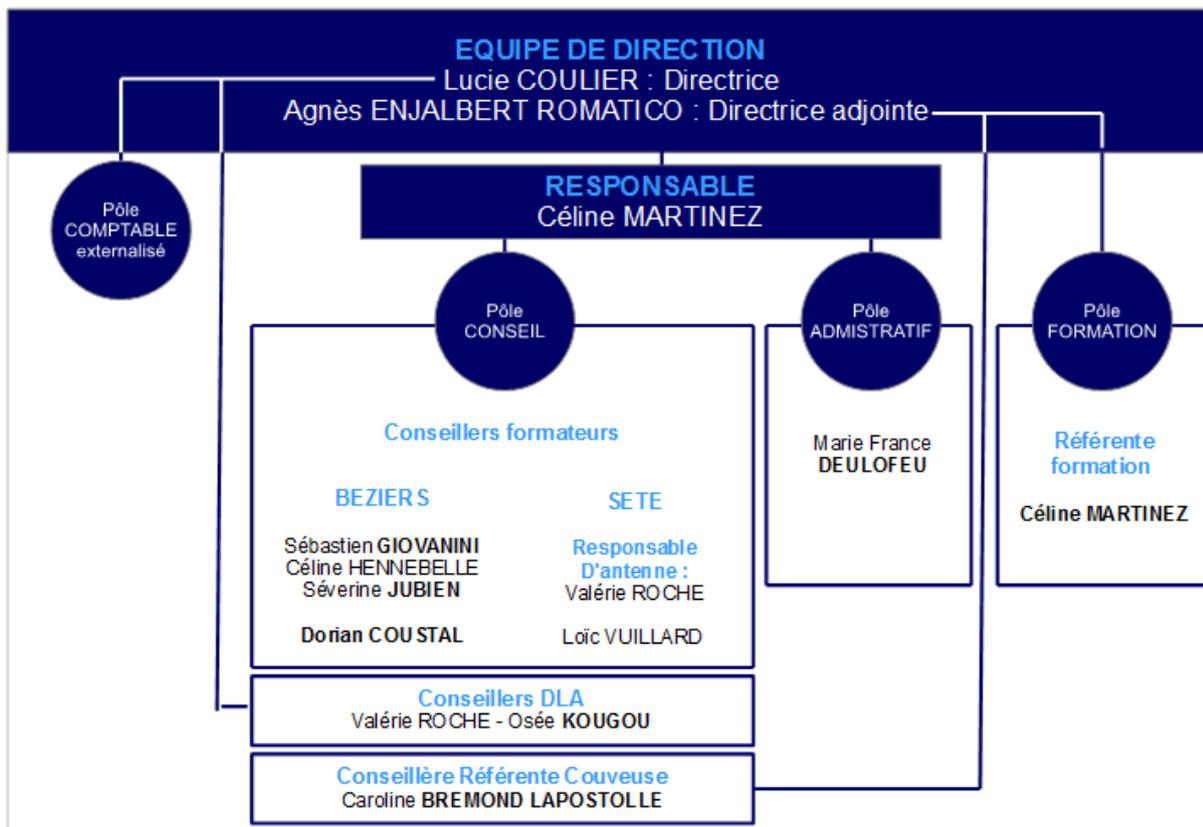
Une équipe pluridisciplinaire réunissant les différentes expertises nécessaires à l'atteinte des objectifs.

Expérimentée

Des consultants-formateurs qui disposent :

- **d'une expérience significative** dans l'accompagnement, la formation et les conseils aux porteurs de projet et entrepreneurs – dans la maîtrise des techniques d'entretien en face à face, dans l'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

## Schéma d'organisation de notre structure



RESPONSABLE SUPERVISION ET CONTROLE BGE GRAND BITERROIS

Lucie COULIER

Directrice de BGE GRAND BITERROIS

RESPONSABLE PROJET ET REFERENT AGEFICE BGE GRAND BITERROIS

Agnès ENJALBERT  
ROMATICO

Directrice adjointe de BGE GRAND BITERROIS – Référent handicap

REFERENT ADMINISTRATIF DE LA FORMATION

Céline MARTINEZ

Chargée du Pole Formation, référente des stagiaires et en relation étroite avec les points accueils agefice

EQUIPE PEDAGOGIQUE INTERNE SUR LE PROJET

BGE BEZIERS ET BASSIN DE THAU

Lucie COULIER

Conseiller formateur

Spécialisée en comptabilité et finance, management et administration d'entreprise

Agnès ENJALBERT  
ROMATICO

Conseiller formateur

Spécialisée en actions commerciales et relations bancaires et management

Céline MARTINEZ

Conseiller formateur

Spécialisée en actions commerciales, gestion.

Loïc VUILLARD

Conseiller formateur

Spécialisé en contrôle de gestion

Sébastien GIOVANINI

Conseiller formateur

Spécialisé en stratégie, marketing, et NTIC

Céline HENNEBELLE

Conseiller formateur

Spécialisé en conduite de projet et stratégie

Valérie ROCHE

Conseiller formateur

Spécialisée en conduite de projet et stratégie

Séverine JUBIEN	Conseiller formateur Spécialisée en droit, gestion et finance
Véronique BARTHELEMY	Formatrice vacataire BGE en commerce vente et management d'équipe commerciale  15 ans de responsabilité dans des commerces franchisés et 3 ans en tant que formatrice
<b>EQUIPE PEDAGOGIQUE EXTERNE BGE LANGUEDOC CATALOGNE</b>	
Mélanie BARGE	Conseiller formateur animatrice incubateur cité lab.
Isabelle MERIADEK	Conseiller formateur
Caroline LAGALLE	Conseiller formateur
Maité LAURIE	Conseiller formateur – spécialisée en RH
Audrey PAGES ROJAS	Responsable territoriale – Conseiller formateur Spécialisée en actions commerciales, gestion
Nicolas DUFOUR	Responsable Couveuse pépinière - Conseiller formateur - Spécialisée en finance et management
Raquel PIRES TEIXERA	Chef de projet hébergement - Conseiller formateur
Sandrine PONTAL	Responsable territorial – Spécialisé en protection sociale
Eugénie BRUNIES	Responsable Pole Formation
Laetitia ALASO	Chargée comptabilité et formatrice – Conseiller formateur
Amel KHCHILAAT	Chargée Développement spécialisée en techniques de vente
Sandrine ARNAUT	Chargée Développement et formatrice
Valérie BARTELS	Chargée Développement et formatrice en technique de vente
<b>EQUIPE PEDAGOGIQUE EXTERNE SALARIEE DE BGE PAYS DE LUNEL</b>	

<b>Cécile GRANIER</b>	Conseiller formateur Spécialisée en management et analyse socioéconomique
<b>Fabrice HUTTLER</b>	Conseiller formateur Spécialisé en management, Transmission, Entrepreneuriat et stratégie
<b>Pauline CAMI</b>	Conseiller formateur Spécialisé en communication digitale et étude de marché
<i>EQUIPE PEDAGOGIQUE EXTERNE</i>	
<i>Jean Claude CORTINAS</i>	<i>Formateur indépendant spécialisé en droit social et droit commercial Avocat plus de 30 ans et 15 ans en tant que directeur juridique d'une grosse entreprise de transport</i>
<i>Aurélié BURIDANS</i>	<i>Formatrice indépendante -Directrice Artistique Print et Digital 17 ans d'expérience salariée ou indépendante dans les métiers du graphisme et de la communication (webdesigner, graphiste print et digital, création de site, ...).</i>
<i>Thierry COULET</i>	<i>Formateur indépendante – Spécialisé dans le développement commercial 25 ans d'expérience salariée ou indépendante dans les métiers du marketing, du merchandising et le développement commercial</i>
<i>Caroline DE NERVO</i>	<i>Formatrice indépendante – Spécialisée en RH et qualité 14 ans d'expériences salariée et indépendante</i>
<i>Catherine DESCHAMPS</i>	<i>Formatrice indépendante - Spécialisée en Informatique et Outils Bureautiques 30 ans d'expérience salariée ou indépendante dans les métiers de l'informatique et de la bureautique</i>
<i>Jérôme EVANO</i>	<i>Formateur GIMP –spécialisé dans 24 ans d'expérience salariée ou indépendante dans les métiers de la communication et du web</i>
<i>Rémi FRUCTUS</i>	<i>Formateur indépendant - Spécialisé en webmarketing et solution internet 7 ans d'expérience salariée ou indépendante dans les métiers de l'informatique et des nouvelles technologies (web, création de site, référencement, Développement d'applications informatiques).</i>

<i>Philippe FESQUET</i>	<i>Formateur indépendant – Spécialisé dans la comptabilité et la finance 20 ans d'expérience salariée ou indépendante dans les métiers du conseil, de la comptabilité et de la finance.</i>
<i>Rémy GIBERT</i>	<i>Formateur indépendant – spécialisé en informatique et excel 14 ans d'expérience salariée en informatique. 3 années d'expérience indépendante</i>
<i>Yannick MARET</i>	<i>Formateur indépendant – spécialisé en community management et SEO 10 ans d'expérience en réseaux sociaux et outils web</i>
<i>Marjorie MARTIN</i>	<i>Salariée de CER France. 12 ans d'expérience salariée dans les métiers du conseil, de la comptabilité et finance et gestion de patrimoine</i>
<i>Nicolas MARTIN</i>	<i>Formateur indépendant - Spécialisé en webmarketing et solution internet 16 ans d'expérience salariée ou indépendante dans les métiers de l'informatique et des nouvelles technologies (web, création de site, référencement, développement d'applications informatiques).</i>
<i>Peggy MENANTEAU</i>	<i>Formatrice indépendante - Spécialisée en Ressources Humaines et recrutement 16 ans d'expérience salariée ou indépendante dans les métiers des Ressources Humaines (Responsable RH, gestion paie, recrutement ...)</i>
<i>Charlotte RICAUD</i>	<i>Formatrice indépendante - Spécialisée en Développement Durable et Responsabilité Sociétale 4 ans d'expérience salariée ou indépendante dans les métiers de l'environnement et du développement durable</i>
<i>Pascal ROCHA</i>	<i>Formateur - Infographiste - Intégrateur web spécialisé en WEB PAO 13 ans d'expérience en tant que formateur indépendant spécialisé en WEB PAO</i>
<i>Amélie SANDRAS</i>	<i>Formateur – Spécialisée en communication digitale 12 ans d'expérience dans le conseil en communication print et web</i>
<i>Claire SAVY</i>	<i>Formatrice indépendante – Spécialisée dans la communication narrative</i>

## 6 – BGE GRAND BITERROIS UNE DEMARCHE QUALITE CONTINUE POUR L'AMELIORATION DE NOS ACTIONS DE FORMATION

*Cette démarche d'amélioration continue, repose sur la mise en place d'un process qui permet d'évaluer les actions de formation réalisées en mesurant l'écart entre les problématiques, les besoins et attentes des bénéficiaires et les effets de l'action*

*Nous disposons de plusieurs documents qui permettent d'évaluer une action de formation dans sa globalité. Ces différents documents constituent une trame qui distingue la satisfaction vécue lors du processus pédagogique, l'impact concret sur les compétences et leur application dans le contexte de la pratique*

- *L'Entretien de positionnement : Un document est rempli avec le stagiaire lors du rendez-vous préalable qui permet d'évaluer en entrée de parcours les compétences et savoirs faire et d'assurer une vraie individualisation de parcours.*

*Lors de cet entretien est évoqué notamment les disponibilités du chef d'entreprise pour évaluer l'opportunité de faire évoluer nos modalités d'organisation des actions de formation. Nous n'avons pas encore relevé de pertinence à organiser des sessions de formation en dehors des horaires classiques, mais nous restons alertes sur l'apprehension de ce besoin pour pouvoir faire évoluer éventuellement nos pratiques en ce sens.*

*Nous avons toutefois déjà adapté les modalités de contacts avec les chefs d'entreprise que nous formons en réalisant notamment des entretiens sur des horaires de travail décalés ou en nous rendant sur site dans leur entreprise pour leur simplifier le plus possible les choses.*



## GRILLE DE POSITIONNEMENT COMPETENCES DU DIRIGEANT DE TRES PETITE ENTREPRISE

### 1. MARKETING ET APPROCHE MARCHÉ

Capacités à :	Compétences	ACQUIS	EN COURS A CONSOLIDER	NON ACQUIS
Etudier un marché	• Identifier une clientèle cible			
	• Identifier les acteurs d'un marché			
	• Identifier la réglementation d'un secteur			
	• Analyser un marché			
Définir une stratégie Marketing	• Organiser une offre de produit/service			
	• Définir un positionnement commercial			

### 2. COMMERCIALISATION ET COMMUNICATION



Capacités à :	Compétences	ACQUIS	EN COURS A CONSOLIDER	NON ACQUIS
Commercialiser et vendre	• Fixer les objectifs de vente			
	• Savoir prospecter			
	• Savoir vendre - être à l'écoute des besoins des clients - argumenter - conseiller			
	• Suivre les ventes - réaliser des devis - réaliser des factures			
	• Négocier avec les clients et les fournisseurs			
Etablir et fixer une politique de prix	• Calculer son prix de revient			
	• Fixer des objectifs de prix			

■ La Fiche individuelle d'évaluation : Remplie in situ par le stagiaire à la fin de l'action. Ce questionnaire a pour finalité de mesurer la satisfaction concernant les objectifs, les méthodes, techniques et supports pédagogiques, la qualité globale de la prestation, la possibilité de mettre en pratique les savoirs acquis sur le terrain, la durée de stage, l'adéquation des locaux, etc. Pour chaque question le stagiaire a la possibilité de commenter sa réponse.

## CRITERE 6.1 CAPACITE A PRODUIRE DES EVALUATIONS AUPRES DES STAGIAIRES

FICHE EVALUATION  
D'UNE FORMATION

Votre avis sur le stage auquel vous venez de participer nous intéresse.  
Il nous aidera à maintenir la qualité des actions de formation.  
Merci de répondre aux questions  
en entourant votre appréciation

--- -- - + ++ +++

Nom :

Prénom :

Nom de l'intervenant :

Date et lieu de la formation :

1 - Quels étaient vos objectifs professionnels motivant votre participation à ce stage ?

- Remise à niveau  
 Evolution des méthodes de travail  
 Préparation d'une nouvelle action dans mon entreprise  
 Acquisition de compétences spécifiques

2) Le stage était-il en adéquation avec vos objectifs ? Si non précisez	--- -- - + ++ +++
3) Le contenu du stage était-il conforme au programme annoncé ? Si non précisez	--- -- - + ++ +++
4) Le niveau des autres participants vous a-t-il semblé homogène ? Si non précisez	--- -- - + ++ +++

5) Le rythme du stage était-il suffisant ? Si non précisez	--- -- - + ++ +++
6) L'intervenant possédait-il les capacités d'animation adaptées ? Si non précisez	--- -- - + ++ +++
7) L'intervenant avait-il les compétences techniques essentielles pour le stage ? Si non précisez	--- -- - + ++ +++
8) Les méthodes pédagogiques et les supports remis vous ont-ils facilité l'acquisition du contenu du stage ? Si non précisez	--- -- - + ++ +++
9) L'organisation matérielle du stage (accueil, locaux et salle) étaient-elles satisfaisantes ? Si non précisez	--- -- - + ++ +++
10) Le stage a-t-il répondu à vos objectifs professionnels ? Si non précisez	--- -- - + ++ +++
11) Pensez-vous pouvoir mettre immédiatement en pratique les acquis de ce stage ? Si non précisez	--- -- - + ++ +++
Signature du stagiaire	
Date	

- **La Fiche d'évaluation formateur** : Remplie par le formateur et adressée au Responsable Formation dans les 30 jours qui suivent l'action. Cette fiche renseigne les problématiques professionnelles traitées, les contenus pédagogiques abordés, les contenus prévus non abordés, les difficultés pédagogiques rencontrées et une évaluation du processus pédagogique global.



## FICHE D'ÉVALUATION FORMATEUR

Nom et prénom du formateur

Nom de la formation

Date et lieu de la formation

Durée de la formation :

Diriez-vous :	Pas du tout	Insuffisamment	Suffisamment	Totalement
Les objectifs annoncés dans le programme du stage sont atteints				
Les méthodes et techniques pédagogiques utilisées étaient pertinentes au regard des objectifs pédagogiques et de la dynamique de groupe				
Les supports pédagogiques étaient adaptés au groupe				
La dynamique de groupe a servi l'atteinte des objectifs				
Les apports vous semblent utilisables par les stagiaires				
La durée du stage était adaptée aux objectifs et au programme				
Les locaux et les équipements étaient adaptés aux besoins de la formation				



A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
nom Prénom	module	Date	Lieu	les object	les metho	les suppo	la dynam	les apport	la durée d	les locaux	ce que vous g
se Bouchut	Module 5 : Communication	18-juin	Béziers	3	3	4	4	4	2,5	4	
sierry Coulet	Module 4 : Marketing et vente	28-mai	Béziers	3	4	3	4	4	3	3	
irélie buridans	Module 5 : Communication	18-juin	Béziers	4	3	3	4	4	3	4	
sierry Coulet	Module 4 : Marketing et vente	10-sept.	Béziers	4	4	3	4	4	4	4	
icolas Martin	Module 3 : Le Web et le E-Com	14-sept.	Béziers	4	4	4	4	4	4	4	
sierry Coulet	Module 4 : Marketing et vente	8-oct.	Béziers	4	4	4	4	3	4	2,5	
se Bouchut	Module 5 : Communication	8-oct.	Béziers	3	4	4	4	3	3		
livier GALLITTU	Module 7 : Protection sociale	15-oct.	Béziers	4	4	4	4	3	4		
icolas Martin	Module 3 : Le Web et le E-Com	19-oct.	Béziers	3	4	4	3	4	2		
irélie buridans	Module 5 : Communication	5-nov.	Béziers	4	4	3	4	4	3		
eggy Menanteau	Module 6 : RH	5-nov.	Béziers	4	4	3	4	4	4		
sierry Coulet	Module 4 : Marketing et vente	3-déc.	Béziers	4	4	4	4	4	4		
se Bouchut	Module 5 : Communication	7-janv.	Béziers	3	4	3	4	3	3		
sierry Coulet	Module 4 : Marketing et vente	22-janv.	Béziers	3	4	3	3	3	4	4	prise de c des
icoulet	Module 1 : Comptabilité	4-févr.	Béziers	3	4	4	4	3	3	4	démarche com
rome EVAND	Module 3 : Le Web et le E-Com	5-févr.	Béziers	4	4	4	4	4	4	4	une maquette

■ Fiche de recueil postérieure à l'action : Envoyée au stagiaire six mois après la fin de l'action, ce recueil renseigne sur les compétences nouvelles mises en œuvre par le stagiaire, les changements observés en terme de savoir, savoir-faire et savoir-être et les difficultés nouvelles ou persistantes rencontrées dans son activité en lien avec la thématique de l'action.



## GRILLE D'ÉVALUATION À FROID

Stagiaire :  
 Intitulé de la formation :  
 Qui s'est déroulée du :  
 Lieu : .....

Intervenant(s) :

### LES RÉSULTATS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, considérez-vous que cette formation vous a permis de :

Prendre confiance en vous	Oui	Non
Faciliter votre quotidien	Oui	Non
Améliorer la qualité ou l'efficacité de votre travail	Oui	Non
Vous perfectionner dans un domaine que vous connaissez déjà	Oui	Non
Développer de nouvelles compétences	Oui	Non

Autres, précisez : .....

### VOTRE SATISFACTION

Cochez une valeur en fonction de votre appréciation

(1 = non, pas du tout; 2 = non, pas vraiment; 3 = oui, en partie; 4 = oui, tout à fait)

La formation a-t-elle répondu à vos attentes initiales ?	1	2	3	4
Pensez-vous avoir atteint les objectifs pédagogiques prévus lors de la formation ?	1	2	3	4
Estimez-vous que la formation était en adéquation avec le métier ou les réalités du secteur ?	1	2	3	4
Recommanderiez-vous ce stage à une personne exerçant le même métier que vous ?	1	2	3	4
Utilisez-vous les connaissances acquises lors de la formation ?	1	2	3	4
+	Quels éléments avez-vous le plus appréciés ?		Quels éléments avez-vous le moins appréciés ?	

■ Fiche de synthèse de l'évaluation qualité : Rédigée par la responsable du Pôle formation à destination du Comité de Direction qui se réunit une fois par trimestre afin de faire le point sur la qualité des formations que nous dispensons. Il s'agit de construire et transmettre un questionnaire pour susciter des avis et des préconisations en vue de l'amélioration continue de la qualité des actions de formation et évaluation.

## II – NOTRE ACTION SUR LA MALETTE DU DIRIGEANT AGEFICE

Retour sur nos actions MDD

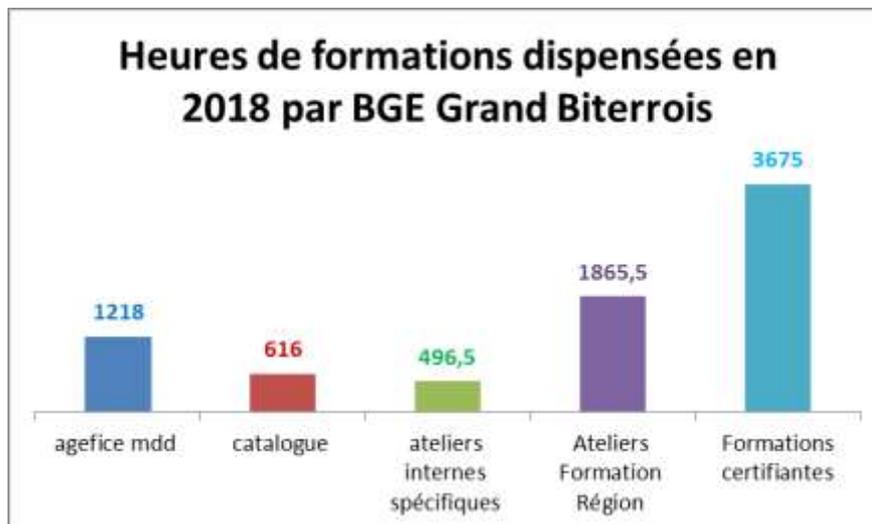
*Depuis octobre 1993 naissance de notre structure, nous œuvrons aux côtés de personnes désireuses de créer ou de développer leur entreprise. Notre métier consiste à aider ces décideurs à identifier ou à anticiper les problématiques liées à l'entrepreneuriat et à mettre en œuvre les actions pour les résoudre.*

*En 26 ans d'existence nous avons su faire évoluer notre méthodologie et nos outils. Nous intervenons ainsi tant en accompagnement individuel, véritable « coaching » de l'entrepreneur, qu'au travers de formations collectives au cours desquelles le stagiaire entrepreneur bénéficiera des apports pédagogiques ainsi que de l'émulation et de l'intelligence du groupe.*

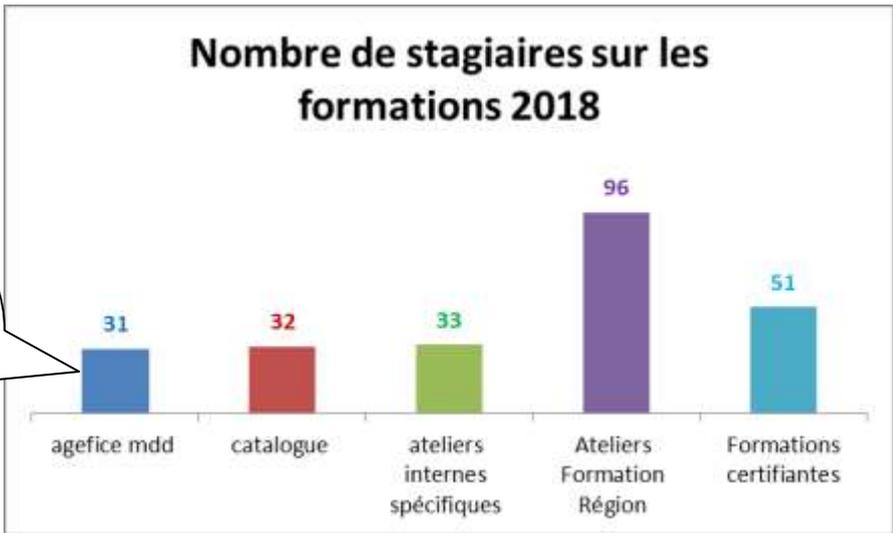
*Notre crédo c'est que la formation ne trouve son sens que dans la pratique. Ainsi nous souhaitons doter nos stagiaires des « formations outils », adaptées et accessibles pour une mise en œuvre réelle et opérationnelle dans l'entreprise. C'est seulement ainsi que les dirigeants peuvent grandir en compétences en étant outillés pour construire l'avenir de leur entreprise.*

*Nous avons ainsi proposé en 2018 diverses formations sur des thèmes propres à l'entrepreneuriat ou aux compétences transversales nécessaires au chef d'entreprise.*

*En 2018, 243 personnes ont suivi des formations collectives à la BGE du Grand Biterrois pour 7 871 heures (contre 6 845 H en 2017).*



MDD 2017 et 2018 réalisées en 2018



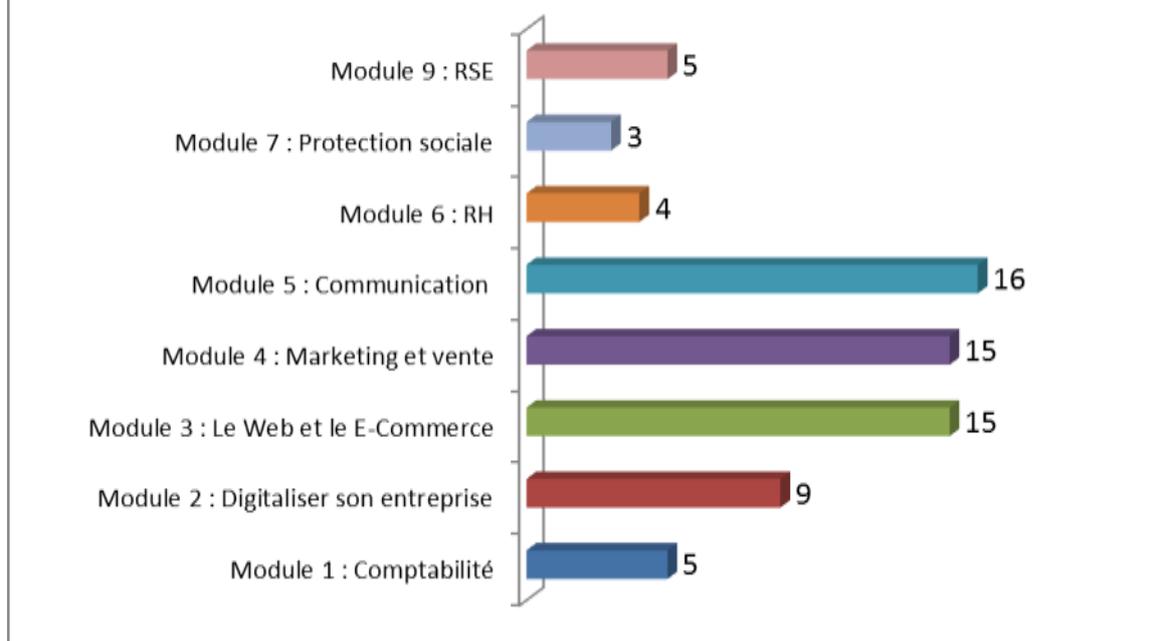
En ce qui concerne 2018, 60 stagiaires ont suivi des formations dans notre structure financées par leur FAF



31 ressortissants AGEFICE (contre 25 en 2017) ont suivi 72 MDD 2018.

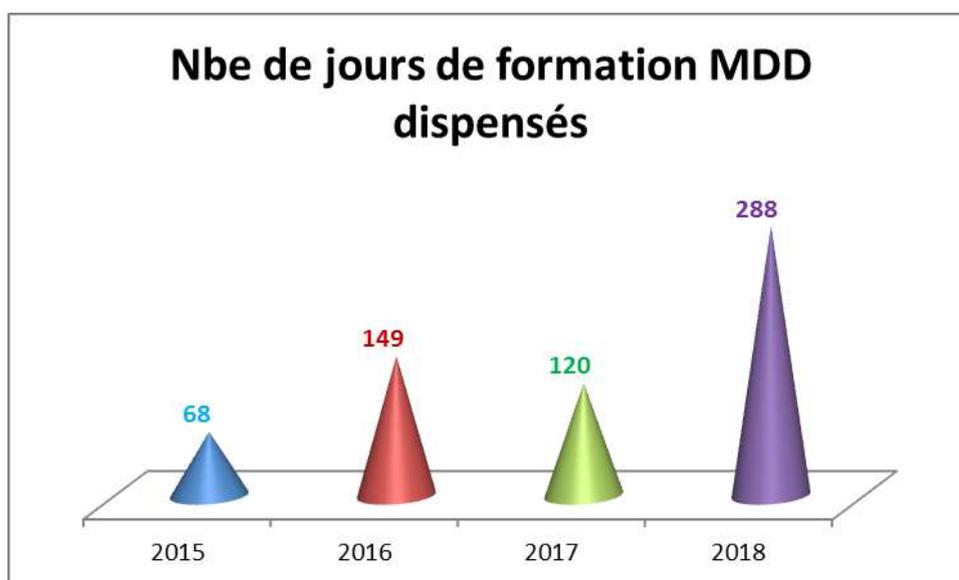
14 d'entre eux ont également suivi des formations de notre catalogue classique sur fonds propres.

## Nombre de stagiaires par module MDD 2018



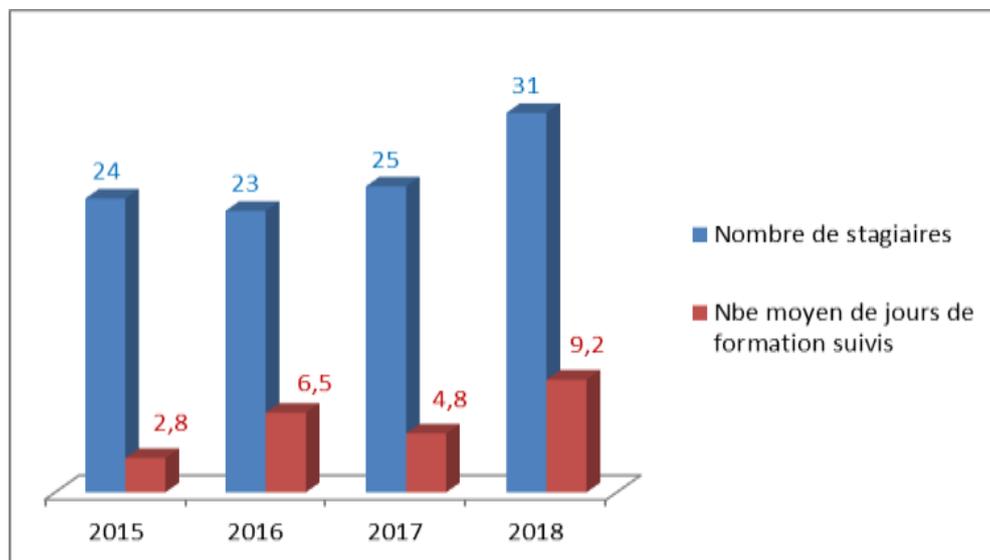
Ce sont les modules 5, 3 et 4 qui ont remporté le plus de succès auprès de nos chefs d'entreprise, les chefs d'entreprise formés souhaitant savoir mieux communiquer et mieux appréhender leur marché pour mieux vendre

Nous sommes investis depuis 2014 sur l'action MDD avec une évolution annuelle significative du nombre de jours de formation dispensés.

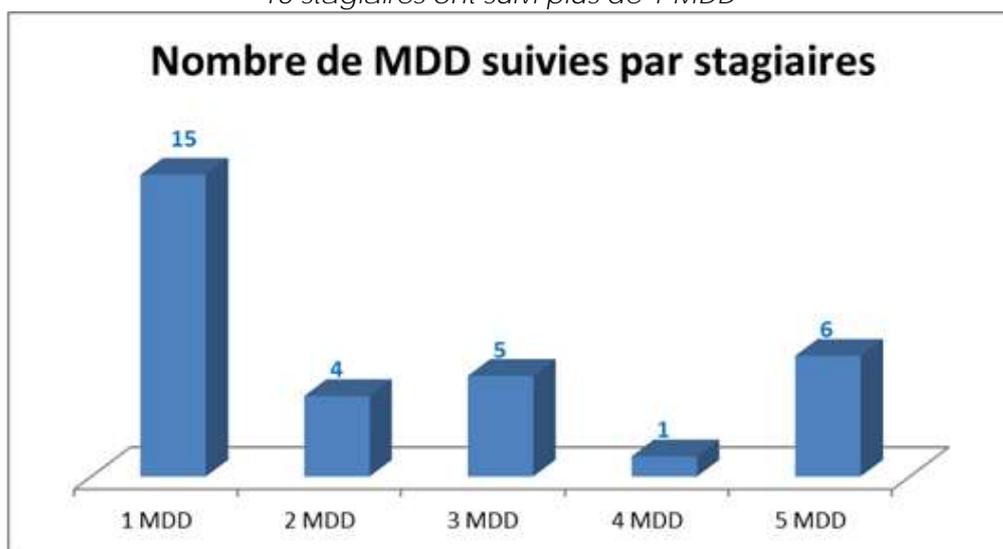


Nous avons dispensé pour la MDD 2018, 288 jours de formation soit 140 % de plus qu'en 2017 et ce en dépit d'un démarrage tardif, nos premières sessions n'ayant pu démarrer qu'au mois de Mai. 33 demandes de MDD 2018 ont été ainsi réalisées en 2018 et 39 l'ont été sur le premier trimestre 2019. Cette hausse s'explique par un très fort investissement de l'ensemble de l'équipe.

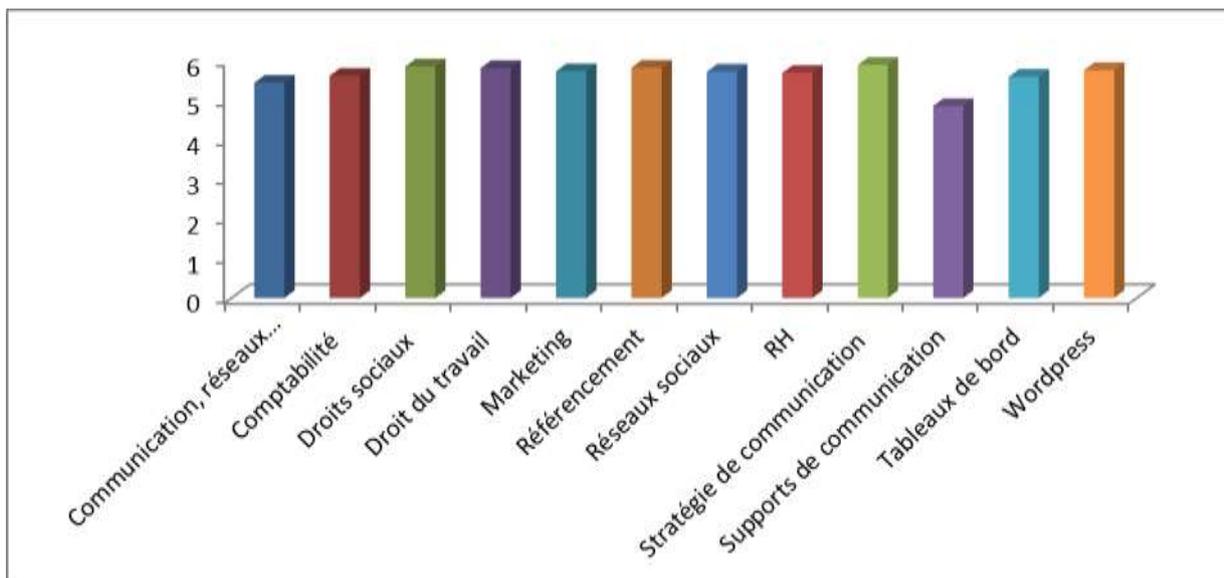
Ainsi tant en back office qu'au niveau des conseillers formateurs le dispositif de la MDD est parfaitement maîtrisé. Les conseillers systématisent dans leur accompagnement la détection des besoins en matière de formation et communique systématiquement sur les droits à la formation et les dispositifs MDD ou DPE pour les ressortissants AGEFICE.



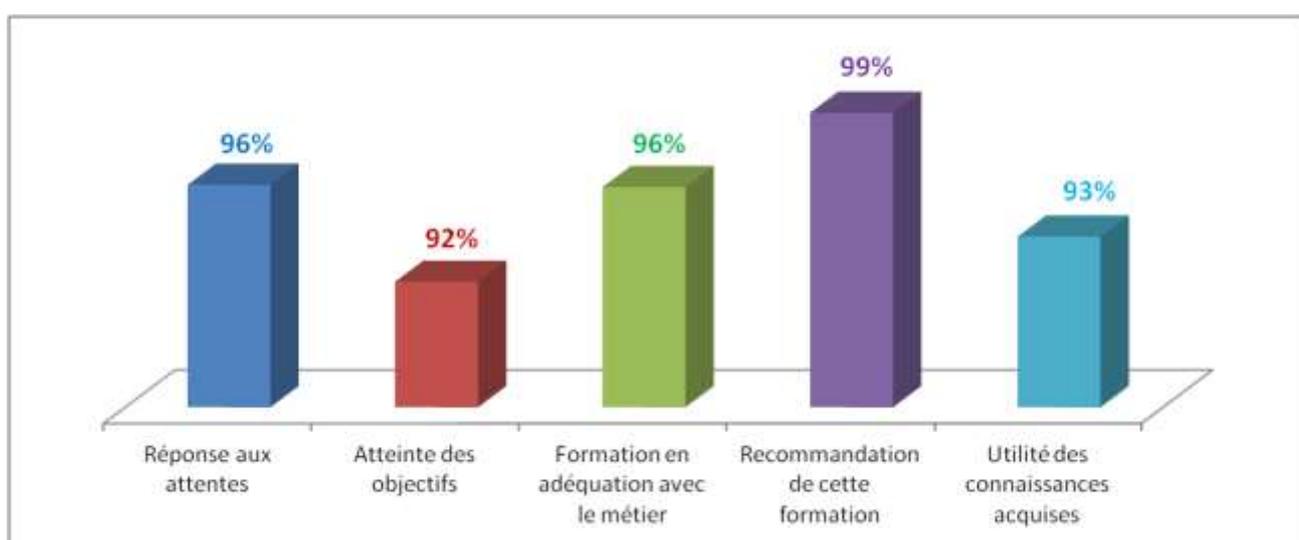
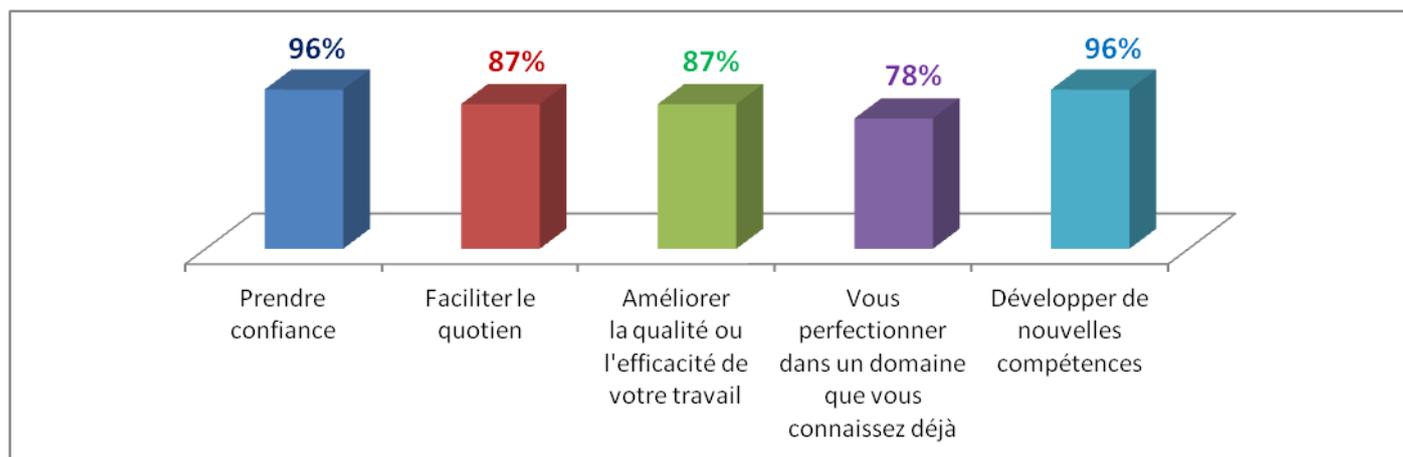
16 stagiaires ont suivi plus de 1 MDD



Nous poursuivrons notre implication dans le déploiement de la Mallette du Dirigeant et sommes vigilants sur l'analyse des retours de satisfaction à chaud de nos stagiaires avec une moyenne de 5,66 sur 6 pour l'ensemble des formations MDD 2018.



La synthèse des questionnaires à froid administrés à 6 mois après la formation permet également de relever une forte satisfaction de la part de stagiaires



99 % des stagiaires sont prêts à recommander la formation qu'ils ont suivie

## Notre rôle d'information et de conseil de proximité

Conscients que la formation doit être une réponse aux besoins des apprenants nous avons systématisé la réalisation d'un entretien individuel avec la chargée de formation référente des stagiaires ou l'un des conseillers formateurs qui peut l'accompagner sur des actions de conseil en développement.

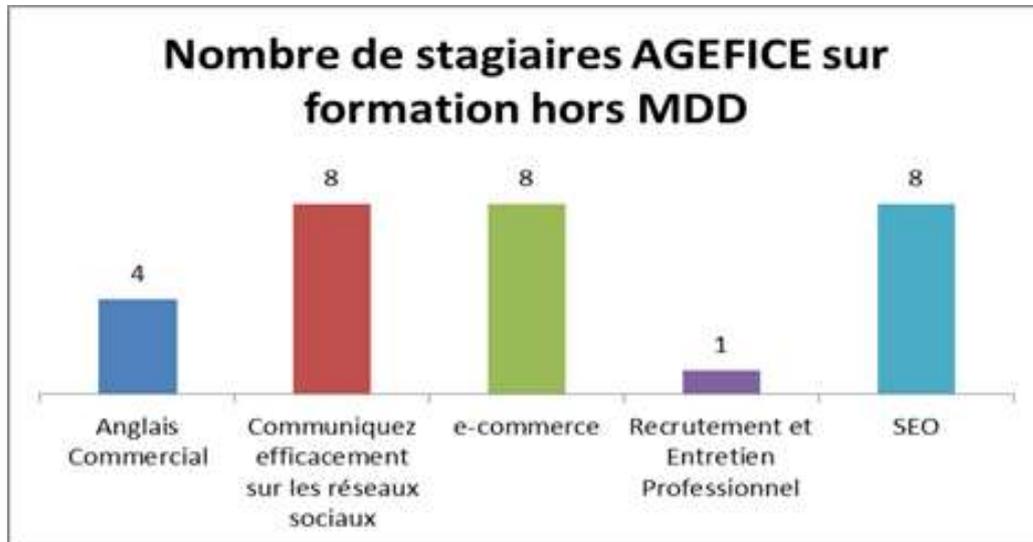
Ce moment a vocation à poser les choses avec le stagiaire potentiel pour au cours d'un entretien partagé identifier avec lui appréhender les besoins de montées en compétences et les formations pouvant y répondre (cf la grille d'entretien de positionnement).

Nous expliquons ensuite au chef d'entreprise les dispositifs de financements de la formation professionnelle et les aidons à réaliser les diverses démarches auprès de l'AGEFICE pour monter le dossier et en faciliter l'enregistrement administratif auprès du point accueil AGEFICE. Cette information est donnée dans le cadre de la MDD mais aussi dans le cadre du financement OPCA classique.

Ce sont ainsi plus de 66 RDV individuels qui ont été réalisées pour analyser les besoins, proposer et présenter une ou plusieurs thématiques MDD et aider au montage des dossiers de demande de prise en charge du chef d'entreprise ressortissant AGEFICE.

Notre approche ne se limite pas qu'à la MDD et nous veillons au travers du diagnostic réalisé à trouver une réponse adaptée aux besoins de formations identifiés.

Nous avons ainsi proposé des thématiques de formation venant compléter les thématiques proposées par la MDD 2018.



## Objectifs généraux de la prestation

Les nouvelles orientations de l'AGEFICE proposées en 2019 répondent aux besoins détectés sur le terrain et que nous avons pu évoquer avec la direction des AGEFICE lors des masters class du réseau BGE en début d'année 2018.

Ces nouvelles orientation vous nous permettre de proposer des programmes plus larges et plus poussés autour de thématiques qui constituent de véritables enjeux de développement et de pérennisation pour nos chefs d'entreprise ressortissant AGEFICE.

### OBJECTIFS

Proposer une « Mallette du Dirigeant » construite autour des 5 thèmes suivants avec 17 modules de formations pré-packagés :

- Comptabilité-Analyse financière- Tableaux de bord
- Nouvelles technologies et compétences numériques
- Marketing et communication
- Ressources humaines et management.
- Développement durable et responsabilité sociétale des entreprises
- Autoentrepreneuriat

### 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'un accompagnement individuel par un conseil spécialisé

---

PUBLIC	METHODE	PEDAGOGIE
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	Regroupements collectifs. Travail individuel Entretiens individuels.	<b>Démarche interactive et participative</b> , privilégiant les échanges entre participants tout en maîtrisant le contenu et la méthode <b>Mobilisation et valorisation</b> de la personne et de ses atouts <b>Implication</b> des apprenants au travers d'outils et de travaux pouvant être réalisés en intersession pour faciliter la mise en application des acquis. <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 Initiation ou développement à la <b>Mutualisation et à la coopération</b> entre entrepreneurs (dans le cadre de la formation ou de la mise en réseau avec le Réseau BGe Club)

## Déroulement de la prestation

---

- RDV accueil : Ce RDV est réalisé par notre chargée formation Céline MARTINEZ (référente formation) ou par l'un de nos conseillers qui ont tous été formés à la promotion et à la diffusion de la MDD. Il dure en moyenne 1 h 30 et permet au travers d'une approche besoins d'identifier les thématiques sur lesquelles doivent porter les actions de formation.

Ce RDV individuel permet d'identifier également les attentes de chacun des stagiaires et de valider les pré-requis (disponibilité, niveau en informatique, possession de matériel informatique portable, partage d'information avec d'autres dirigeants...). La grille de positionnement à l'entrée de parcours est utilisée (cf annexe)

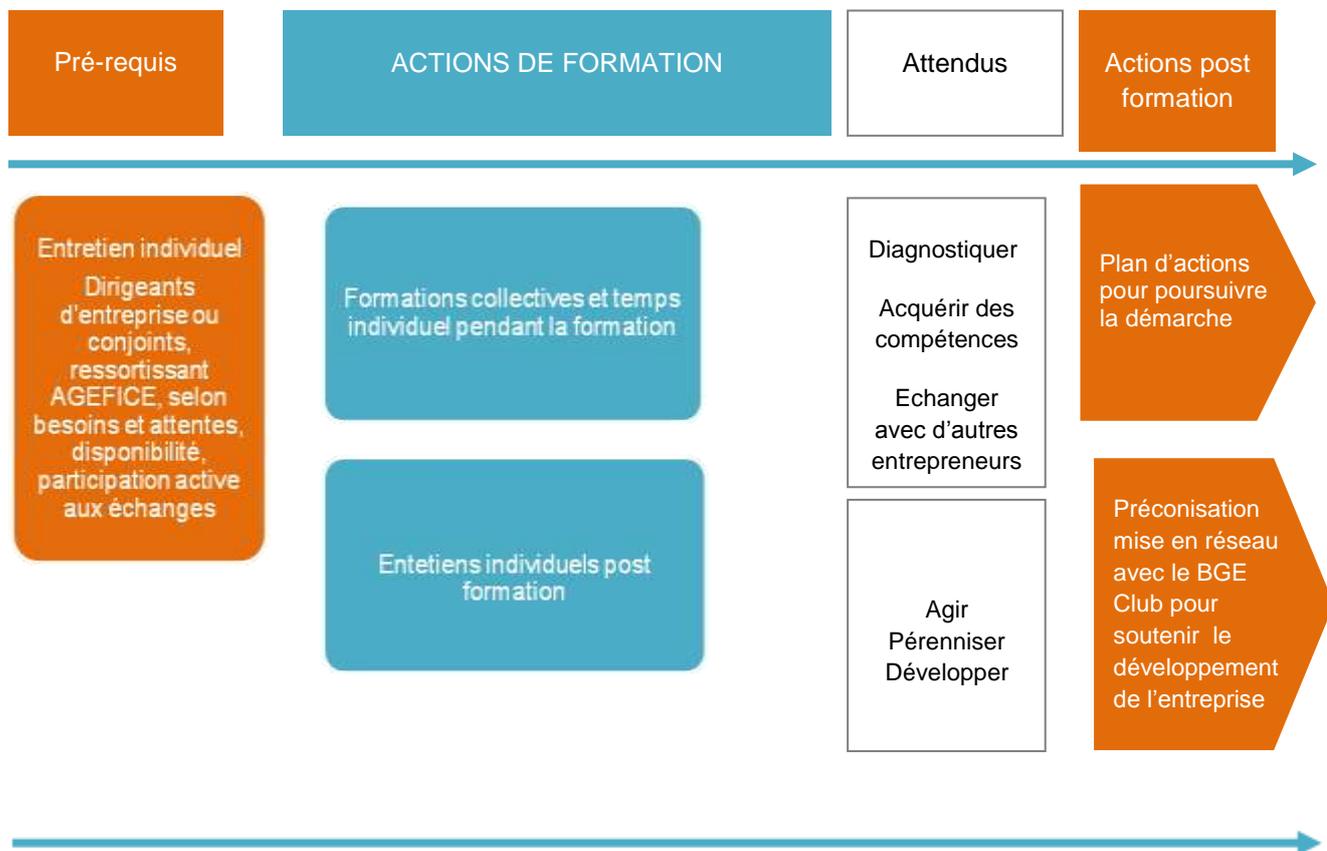
Nous communiquons sur les critères, modalités et conditions et plafonds de financement spécifique à l'opération MDD

Les pièces nécessaires au montage du dossier de demande de financement auprès de l'AGEFICE sont recueillies et le salarié BGE aidera le chef d'entreprise à monter son dossier de demande de prise en charge en relation avec le point accueil unique AGEFICE

Nous avons développé sur notre outil JUNGO des générations automatiques de documents qui permettent à nos conseillers de monter les dossiers de demande de prise en charge conformément aux instructions de l'AGEFICE .

Ces dossiers sont systématiquement contrôlés par notre référente formation avant envoi au point accueil agefice.

- Regroupement collectif : session de formation par groupe d'au minimum 2 stagiaires au terme de la formation évaluation des acquis et de la satisfaction et **plan d'actions**.
- Publication des sessions proposées sur le site de l'Agefice ainsi que sur les différents supports à notre disposition site internet Facebook, affiche, catalogue, flyer, ....
- Rendez-vous individuel (1 RDV par thématique suivie) en fonction des besoins de l'entrepreneur et de sa demande réalisés par la référente formation Céline MARTINEZ ou le conseiller technique BGE qui suit le chef d'entreprise. Ces temps permettent de suivre la mise en œuvre des acquis de la formation et la montée en compétence du chef d'entreprise
- Observatoire et enquête qualité A l'issue de la formation BGE réalisera une enquête à 6 mois sur le devenir de la personne et de son entreprise (pérennité et /ou développement de l'entreprise et sur les acquis de la formation) et la mise en œuvre des acquis de la formation suivie



## FORMATION ACTION

### FINALITES DE LA FORMATION

Donner les moyens au créateur d'entreprise de :

- Maîtriser l'organisation, le pilotage et la stratégie de son entreprise
- Développer ses compétences entrepreneuriales en termes de savoir, savoir-faire et savoir-être

### OBJECTIFS OPERATIONNELS

« Donner du sens à l'apprentissage » en développant les compétences de l'entrepreneur et ne lui permettant de les appliquer dans le cadre de son activité pour développer et pérenniser son entreprise :

- Savoir lire et analyser son bilan, gérer sa trésorerie et mettre en place des tableaux de bord spécifiquement conçus pour l'entreprise en fonction de son activité et de sa taille
- Appliquer les compétences acquises dans le cadre de sa stratégie commerciale (site internet, e-commerce, référencement, e-réputation, réseaux sociaux...)
- Mettre en place une communication adaptée afin de conforter son positionnement, se développer sur le marché
- Connaître les fondamentaux du management et des ressources humaines

- Appliquer les compétences digitales juridiques et managériales à la vie de son entreprise : Démarches RSE, Droit du travail, droit des contrats, .....

2

## PUBLIC ET PRE-REQUIS

- Dirigeants d'entreprise ou son conjoint collaborateur
- Ressortissants de l'AGEFICE
- Ayant analysé ses besoins et ses attentes lors d'un entretien individuel
- Disponible sur les jours de formation
- Acceptant de participer activement à la formation et aux échanges entre entrepreneurs
- Ayant un comportement social adéquat (respect dans les échanges...)

Chaque stagiaire sera reçu en entretien individuel afin **d'identifier ses besoins, ses attentes et** de valider les pré-requis

3

## ARCHITECTURE METHODOLOGIQUE

### DÉMARAGE

### DEROULEMENT

La formation s'articule autour de l'un des thèmes principaux :

- Comptabilité-Analyse financière- Tableaux de bord
- Nouvelles technologies et compétences numériques
- Marketing et communication
- Ressources humaines et management.
- Développement durable et responsabilité sociétale des entreprises
- Autoentrepreneuriat

Agrémentés selon besoins par :

- Des entretiens individuels à la demande et tout au long de la formation
- Un entretien individuel post formation réalisé par la référente formation pour valider les acquis et faire le point sur leur mise en pratique

## MOYENS PEDAGOGIQUES MOBILISE

- Temps réservé par le formateur pour des rendez-vous individuels (1 h par jour en temps partagé), afin de traiter les problématiques personnelles des participants
- d'appliquer la formation au projet du stagiaire
- de fournir des informations spécifiques (sites internet spécialisés, sources documentaires...)
- d'orienter vers d'autres partenaires
- de préparer les travaux éventuels d'intersessions
- Espace documentaire : mise à disposition d'ouvrages, de supports de presse et de sites internet spécialisés en création et reprise d'entreprise
- Salles de formation équipées en vidéoprojecteur et internet
- Sur demande, mise à disposition d'un bureau équipé pour les travaux personnels

## METHODOLOGIE

- Séances de Grand Groupe avec apport en vidéo projection et d'animation, jeux de rôle, brainstorming
- Séances de Petit Groupe: application et mises en pratique, simulation ou projets du groupe
- Interventions d'experts (banquiers, experts comptables...)
- Recherches sur internet
- Eventuels travaux à réaliser en intersessions par les apprenants pour faciliter l'individualisation et la mise en pratique des apports théoriques
- Entretiens individuels pendant la formation

Complétée avant pendant ou après la formation par des entretiens individuels formels ou informels permettant d'évaluer les démarches réalisées depuis la fin de la formation, de vérifier l'appropriation des différentes notions acquises en formation, d'actualiser le plan d'action, de mettre en relation et en réseau en fonction des besoins

### Contenu :

- Analyse critique du plan d'action réalisé en fin de formation
- Repérage des écarts et des freins à sa réalisation
- Actualisation du plan d'action
- Organisation des démarches à réaliser

### Méthode pédagogique :

Rendez-vous individuel avec le conseiller BGE référent ou le référent formation

### Supports pédagogiques :

Plan d'action réalisé par le stagiaire en fin de formation et orientation des actions à mener et

## OUTILS ET SUPPORTS PEDAGOGIQUES

- *Livret stagiaire*
- *Business model nouvelle génération*
- *Grille de positionnement de l'entreprise*
- *Apports en vidéo projection et supports audiovisuels*
- *Logiciels comptables et jeux de trésorerie*
- *Supports techniques : exemple de bilans, de tableaux de bords, de tableau de trésorerie*
- *Accès en ligne MAEL et BGE PRO*

## EVALUATION

*Elle se décline en 4 temps :*

- *Bilan de fin de formation et questionnaire de satisfaction*
- *Entretiens individuels post formation*
- *Enquête à 6 mois après la formation*
- *Enquête à 12 mois (taux pérennité)*

## B. Contenu des modules

INTITULE DU MODULE	DUREE
■ <i>Module 1-Utilisation des tableurs, conception de tableaux graphiques</i>	■ 2 JOURS
■ <i>Module 2-Les fondamentaux de la comptabilité et de l'analyse financière</i>	■ 2 JOURS
■ <i>Module 3-Les essentiels de l'ordinateur, utiliser internet et sa messagerie électronique</i>	■ 2 JOURS
■ <i>Module 4-Digitaliser son entreprise</i>	■ 3 JOURS
■ <i>Module 5- Le web et le E-commerce, les outils pour améliorer son CA</i>	■ 3 JOURS
■ <i>Module 6- Les fondamentaux du digital, les réseaux sociaux et la E réputation</i>	■ 2 JOURS
■ <i>Module 7- Protection des données personnelles et RGPD</i>	■ 1 JOURS
■ <i>Module 8- Fondamentaux du marketing, exploiter une base de donnée clients</i>	■ 2 JOURS
■ <i>Module 9-Fondamentaux des techniques de vente</i>	■ 4 JOURS
■ <i>Module 10—Stratégie de communication et déclinaison sur le web</i>	■ 3 JOURS
■ <i>Module 11- Recrutement, intégration et Droit du travail</i>	■ 4 JOURS
■ <i>Module 12-Protection sociale de l'entrepreneur et de son conjoint</i>	■ 2 JOURS
■ <i>Module 13- Réinterroger son statut juridique</i>	■ 1 JOURS
■ <i>Module 14- Rédiger des contrats en toute assurance</i>	■ 4 JOURS
■ <i>Module 15 - Rendre son entreprise plus éco-responsable au quotidien</i>	■ 4 JOURS
■ <i>Module 16- Maitriser le fonctionnement de l'autoentreprise</i>	■ 2 JOURS
■ <i>Module 17- Evaluer et faire évoluer son autoentreprise</i>	■ 1 JOUR

# MODULE 1 – UTILISATION DES TABLEURS, CONCEPTION DES TABLEAUX ET GRAPHIQUES- FONDAMENTAUX (niveau 1)

## Objectifs :

- Acquérir les bases de l'utilisation des tableurs
- Apprendre à concevoir rapidement des tableaux de calculs
- Gérer sa trésorerie
- Se familiariser avec les formules et les fonctions
- Organiser les feuilles et les classeurs
- Suivre son activité et définir ses axes de rentabilité

## Compétences visées

- 1) Créer, mettre en forme et imprimer un tableau
- 2) Utiliser les formules et les fonctions pour automatiser et simplifier le traitement de l'information
- 3) Organiser et illustrer les informations au travers de graphiques
- 4) Utiliser excel pour concevoir des tableaux de bords adaptés à son activité.

## Programme

### Prendre ses marques

- Se repérer dans l'environnement de l'application tableur
- Apprendre à manipuler les contenus des cellules
- Utiliser ses premières formules de calculs

- Sauver son travail sous différents formats

#### **Concevoir mettre en forme et imprimer un tableau simple**

-Formater les cellules : présenter les chiffres, le texte, les dates, les pourcentages

-Mettre les données sous forme de tableau

-Trier et filtrer des données

-Imprimer l'intégralité ou une partie de tableau, titrer, paginer

#### **Se familiariser avec les formules et les fonctions**

-Calculer des pourcentages, des ratios, appliquer un taux

-Effectuer des statistiques

-Appliquer une condition

-Afficher automatiquement la date du jour

-Consolider les données de plusieurs feuilles

-Automatiser la recopie des formules : références absolues ou relatives

#### **Illustrer les chiffres avec des graphiques**

-Construire un graphique

-Modifier le type : histogramme, courbe, secteur

-Ajuster les données source

#### **Organiser feuilles et classeurs**

-Insérer, déplacer, copier une ou plusieurs feuilles

- Modifier plusieurs feuilles simultanément
- Créer des liaisons dynamiques
- Construire des tableaux de synthèse

### **Mise en place de tableaux de bord**

- Suivre ses recettes, ses principaux ratios et l'évolution de son Chiffre d'Affaire
- Concevoir ses tableaux de bord de suivi d'activité

## *Outils*

*Power point support du formateur*

*Tutoriel d'utilisation des tableurs*

*Modèle de tableau de bord sur tableur avec génération de graphiques automatisés*

## *Durée*

*2 jours*

## *Prérequis*

*Savoir faire les opérations de calcul élémentaire*

*Savoir lire et écrire et se servir d'un ordinateur*

## *Méthode pédagogique*

## *Evaluation : modalités et critères*

*-Le candidat est en mesure d'utiliser les fonctions de base des tableurs*

<p><i>Echanges d'expérience, formation action participative, intégration des outils du stagiaire, résultats, pratiques, interrogations</i></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- <i>Le candidat sait concevoir des tableaux de calculs intégrant des formules et des fonctions</i></li><li>- <i>Le candidat est en mesure d'utiliser des fonctions graphiques pour illustrer l'information.</i></li><li>-<i>Le candidat maîtrise l'organisation des feuilles et des classeurs.</i></li><li>- <i>Le candidat est en capacité d'établir via les tableurs des tableaux de suivi de son activité et des axes de rentabilité.</i></li><li>- <i>Le candidat sait réaliser des tableaux de bord en accord avec les besoins.</i></li></ul>
--	---

## MODULE 2 – LES FONDAMENTAUX DE LA COMPTABILITE GENERALE ET DE L'ANALYSE FINANCIERE – FONDAMENTAUX (niveau 1)

### 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

### Compétences visées

- 1) Elaborer un budget de trésorerie afin de traduire les dépenses et les recettes prévues sous forme de flux monétaires prévisionnels
- 2) Suivre les recettes (encaissement) et les dépenses (décaissement) consolidées dans un tableau de trésorerie afin de vérifier la concordance et anticiper toute problématique
- 3) Evaluer et analyser le fond de roulement et le besoin en fonds de roulement de l'entreprise pour prévenir les éventuels besoins de financements
- 4) 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

### Programme

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

Lire et analyser un bilan et un compte de résultat

- Lire et interpréter le bilan
  - o Les rubriques de l'actif
  - o Les rubriques du passif
  - o Le bilan : fonction patrimoniale
  - o Le bilan : les annexes
  - o Le bilan : fonction trésorerie
- Lire et interpréter le compte de résultat
  - o Le compte de résultat : la formation du résultat comptable
  - Analyser et comprendre ses résultats
    - o Les soldes intermédiaires de gestion
  - Définir le lien entre le bilan et le compte de résultat
  - Le seuil de rentabilité
    - o Analyse des résultats
    - o 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

### 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

## Outils

*Power point support du formateur*

*Modèles de bilans, de comptes de résultats et de plan de trésorerie en fonction de l'activité de l'entreprise,*

*Etude de cas, déclarations fiscales et sociales, logiciels comptables, dossier récapitulatif « organisation administrative et comptable et obligations fiscales et sociales de l'entreprise ».*

*Constitution d'un budget de trésorerie*

<p><b>Durée</b></p> <p>2 jours</p>	<p><b>Prérequis</b></p> <p>Savoir lire et écrire et compter</p> <p>Etre au Régime fiscal du réel ou souhaiter y prétendre dans le cadre de l'évolution de sa structure.</p>
<p><b>Méthode pédagogique</b></p> <p>Echanges d'expérience, formation action participative, intégration des outils du stagiaire, résultats, pratiques, interrogations</p>	<p><b>Evaluation Modalités et critères</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Le candidat est en mesure de faire une lecture des principales parties du bilan et de faire des recommandations</li> <li>- Le candidat sait interpréter les principaux éléments en repérant les éventuelles problématiques et/ou les points positifs</li> <li>- Le candidat reconnaît les éléments constitutifs du Compte de Résultat</li> <li>-Le candidat est en mesure de faire des propositions argumentées pour améliorer le résultat</li> <li>- Le candidat sait identifier les éléments nécessaires pour calculer les principaux ratios.</li> <li>- Le candidat sait calculer et interpréter les ratios fondamentaux pour suivre son entreprise</li> <li>- Le candidat maîtrise les composantes de la trésorerie de son entreprise et peut expliciter les actions pouvant l'impacter (maîtrise des délais clients fournisseurs, gestion des stocks et mobilisation du poste clients)</li> </ul>

## *MODULE 3 – LES ESSENTIELS DE L'ORDINATEUR, UTILISER INTERNET ET SA MESSAGERIE ELECTRONIQUE FONDAMENTAUX (niveau 1)*

### *Objectifs :*

- Acquérir le vocabulaire et les compétences de base à l'utilisation d'un ordinateur*
- Savoir naviguer sur le Web, rechercher efficacement, utiliser un formulaire*
- Se familiariser avec l'utilisation, les règles et les usages du courrier électronique*

### *Compétences visées*

- 1) Comprendre les concepts de base (fonctionnement et principaux composant d'un ordinateur) et l'importance de l'outil informatique au sein de son entreprise*
- 2) Savoir travailler dans l'environnement de son système d'exploitation*
- 3) Appréhender les bases d'internet et savoir naviguer sur le web*
- 4) Savoir utiliser sa messagerie électronique*

### *Programme*

#### Comprendre les concepts de base

- Comprendre le fonctionnement d'un ordinateur*
- Les principaux composants : processeur, mémoire vive, disque dur, périphériques*
- Identifier le rôle du système d'exploitation*

### Travailler dans l'environnement de son système d'exploitation

- *Se repérer dans l'environnement*
- *Le bureau, la barre des tâches, les fenêtres*
- *Gérer les tâches : ouvrir, fermer un programme*
- *Passer d'une application à une autre*
- *Organiser son poste de travail*
- *Créer et organiser ses dossiers*
- *Copier, déplacer, renommer, supprimer des fichiers*

### Découvrir internet et naviguer sur le Web

- *Vocabulaire spécifique à Internet*
- *Présentation des protocoles :*
  - o *Web*
  - o *Email*
  - o *FTP*
  - o *Autres*
- *Recherches efficaces sur Internet*
- *Les différents types de moteurs et annuaires de recherche généralistes*

- Recherches par mots / expressions clefs / syntaxe
- Trucs et astuces pour obtenir des résultats pertinents
- Utilisation des bases de données documentaires ou sites de référence
  - o Retrouver les coordonnées postales ou téléphoniques d'un contact
  - o Recherches sur l'identité d'une entreprise client ou d'un fournisseur
  - o Consulter le Journal Officiel, lire la presse

#### Utiliser sa messagerie électronique

- Principe de la messagerie électronique
- Utilisation efficace et pertinente de la messagerie électronique
  - o Créer et envoyer un Email simple, consulter sa boîte de réception, répondre, faire suivre
  - o Joindre un document de manière à ce qu'il puisse être lu ou afficher par le destinataire,
  - o Utiliser les confirmations de réception ou de lecture
  - o Travailler la mise en forme
  - o Comprendre les classements en indésirables
- Constituer et utiliser un répertoire de contacts

## *Outils*

*Power point du formateur*

<i>Tutoriel stagiaire</i>	
<p><i>Durée</i></p> <p><i>2 jours</i></p>	<p><i>Prérequis</i></p> <p><i>Savoir lire et écrire</i></p>
<p><i>Méthode pédagogique</i></p> <p><i>Mise en situation sur ordinateur</i></p> <p><i>Echanges d'expérience, formation, action participative, mise en pratiques, interrogations.</i></p>	<p><i>Evaluation Modalités et critères</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Le candidat connaît le vocabulaire de bases de l'informatique</i></li> <li>- <i>Le candidat sait se repérer sur son ordinateur</i></li> <li>- <i>Le candidat sait créer et organiser des dossiers</i></li> <li>- <i>Le candidat sait créer et organiser ses fichiers</i></li> <li>- <i>Le candidat sait réaliser une recherche sur internet</i></li> <li>- <i>Le candidat dispose d'une messagerie électronique et est en capacité d'emmètre et de recevoir des messages.</i></li> <li>- <i>Le candidat est en mesure d'optimiser l'organisation et la gestion de sa boîte mail.</i></li> </ul>

## MODULE 4 – DIGITALISER SON ENTREPRISE

### 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

### Compétences visées

- 1) Connaître les nouvelles technologies applicables à son entreprise
- 2) Être capable de mettre en œuvre une organisation efficiente et sécurisée de ses outils informatiques et internet au sein de son entreprise
- 3) Savoir réaliser les démarches et déclarations en ligne

### Programme

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

- Qu'est-ce que le numérique ?
  - o 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

*o Le principe de la numérisation des documents (formats, résolution, taille)*

*o 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*

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

*o Les solutions GED et Enterprise Content Management*

*o 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.)*

#### Externaliser mes données

*- Qu'est-ce que le cloud computing ?*

*o Définitions, bénéfices et risques*

*o Cadre légal*

- *Panorama du marché*

o *Principaux acteurs*

o *Principales solutions (IaaS, PaaS et SaaS)*

o *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*

o *Mot de passe, sauvegarde, coffre-fort électronique, navigation, mise à jour des outils, choix d'un hébergement sécurisé pour son site, etc*

## *Outils*

*Power point support du formateur*

*Trello*

*Guide des bonnes pratiques de l'informatique de l'ANSSI*

*Plan de stratégie de transformation digitale*

*Mises en pratique sur ordinateur*

<i>Diagnostic des outils utilisés par l'entreprise</i>	
<p><i>Durée</i></p> <p>3jours</p>	<p><i>Pré-requis</i></p> <p>Savoir lire et écrire</p>
<p><i>Méthode pédagogique</i></p> <p><i>Echanges d'expérience, formation, action participative, manipulation et intégration des outils informatiques et des diverses bases de données externes</i></p> <p><i>Résultat pratiques</i></p> <p><i>Quizz et tests de connaissance</i></p>	<p><i>Evaluation Modalités et critères</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Le candidat est en capacité de concevoir l'arborescence informatique en lien avec les besoins de son entreprise</i></li> <li>- <i>Le candidat identifie les démarches obligatoires pour son entreprise et sait les réaliser.</i></li> <li>- <i>Le candidat appréhende les solutions d'externalisation et est en mesure de choisir la solution la plus adaptée à son activité.</i></li> <li>- <i>Le candidat a identifié les solutions open source pouvant être transposé à son activité</i></li> <li>- <i>Le candidat est en capacité d'identifier les risques pesant sur son organisation et de les maîtriser au mieux</i></li> </ul>

# MODULE 5 – LE WEB ET LE ECOMMERCE, LES OUTILS POUR AMELIORER SON CHIFFRE

## 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

## Compétences visées

- 1) Savoir définir les objectifs pour réaliser un site internet
- 2) Savoir concevoir et animer un site internet
- 3) Savoir fidéliser sa clientèle au travers du site
- 4) Connaître la réglementation

## Programme

### Introduction à internet

- Vocabulaire spécifique à Internet
- Types de sites internet
- Recherches efficaces sur Internet,
  - o Les différents types de moteurs et Annuaires de recherche généralistes
  - o 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

o Organiser les contenus et structurer la navigation

o Concevoir les pages

o Appliquer une charte graphique

o Préparer et intégrer les images

o Insérer des liens hypertextes

- Compléter et enrichir le site web

o Rappels sur l'utilité et le fonctionnement des plugins.

- o Améliorer l'interface utilisateur.*
- o Ajouter des fonctionnalités de réseau social.*
- o Gérer la traduction du site.*
- o Modification simple du thème fourni avec les CSS*
- o Création d'une page de contenu dynamique*

*- Sécuriser et manipuler le site*

*o Limiter l'accès du site pendant les travaux*

*o Déplacer le site d'un serveur à l'autre*

*o Sauvegarde et restauration de la base de données*

*o Création d'un Intranet*

*- Administrer le site à plusieurs*

*o Créer des utilisateurs*

*o 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*

*o Invitation VIP*

## Outils

Power point du formateur

Tableau reprenant les besoins de l'entreprise dans la réalisation d'un site internet et description des propositions de solution permettant d'atteindre les objectifs fixés.

Création d'un site sous wordpress avec paramétrage des diverses fonctionnalités définies au préalable et acquisition d'un nom de domaine

Livret stagiaire avec rappel des fonctionnalités de base

## Durée

3 jours

## Prérequis

Savoir lire et écrire

Savoir se servir d'un ordinateur et d'internet

Disposer d'une identité visuelle de son entreprise et de supports existants

## Méthode pédagogique

Mise en situation sur ordinateur

Echanges d'expérience, formation, action participative, intégration des outils éventuels de l'entreprise, résultats, pratiques, interrogations

## Evaluation Modalités et critères

- Le candidat a établi le cahier des charges de son site en intégrant les contraintes légales
- Le candidat sait réaliser son site vitrine
- Le candidat sait compléter et enrichir son site au travers des diverses fonctionnalités existantes
- Le candidat sait interpréter et analyser les divers indicateurs de performance et mettre en place d'éventuelles actions correctives

# MODULE 6 – LES FONDAMENTAUX DU DIGITAL, DES RESEAUX SOCIAUX ET DE L'E-REPUTATION

## Objectifs :

- Mesurer les enjeux des usages du digital et des médias sociaux par les clients
- Se familiariser avec les réseaux sociaux et leur mode de fonctionnement
- Acquérir les fondamentaux et mesurer l'importance de l'e-reputation

## Compétences visées

- 1) Identifier les nouveaux usages du digital
- 2) Identifier, créer et valoriser son profil sur le réseau social le plus adapté aux besoins de son entreprise afin de développer une communication web pertinente
- 3) Définir et gérer son e-réputation

## Programme

### Identifier les nouveaux usages du Digital

- Les internautes acteurs de leur communication
- Définir le vocabulaire et les notions couramment utilisés dans les réseaux sociaux

### Panorama des médias sociaux

- Définition, usages et chiffres-clés des réseaux et médias sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Pinterest, Instagram, Snapchat, ...

- Blogs, wikis : quels usages pour son entreprise ?

Utiliser les réseaux et les médias sociaux

- Facebook :

o Les différents formats : profil, page, groupe

o Quelle utilisation pour son entreprise ?

o Le Edge Rank de Facebook

o La publicité sur Facebook

- Instagram :

o Fonctionnement et spécificités

o Quelle utilisation pour son entreprise ?

o Créer une publication efficace et choisir ses hashtags

- Twitter :

o Fonctionnalités et usages

o Le vocabulaire : tweet, hashtag, followers, ...

o Intérêt pour son entreprise ?

- LinkedIn et Slideshare :

o Usages professionnels individuels : comment optimiser son profil ?

o Intérêt et usages pour son entreprise ?

o Utiliser Slideshare pour trouver du contenu professionnel

- Chaîne YouTube : quelle place dans les dispositifs médias sociaux des entreprises ?

- *Picture marketing : communiquer par l'image avec Instagram, Pinterest, Snapchat*

- *La vidéo en direct : Twitter (Periscope), Facebook Live, YouTube, Live,...*

### L'e-reputation et la veille en ligne

- *Définitions : identité numérique, personal branding et e-reputation*

- *L'importance du moteur de recherche*

- *Mettre en place un dispositif de veille*

o *Se créer une identité numérique & la valoriser*

o *Veille*

o *Effacer ses traces*

o *Se renseigner sur ses interlocuteurs*

- *Situations de crise et possibilités d'intervention*

## *Outils*

*Power point du formateur*

*Cas pratiques et quizz*

*Tableau de présentation des différents réseaux sociaux*

## *Durée*

*2 jours*

## *Prérequis*

*Savoir lire et écrire*

*Savoir se servir d'un ordinateur*

## *Méthode pédagogique*

*Echanges d'expérience, formation, action  
participative, intégration de vos*

*outils, résultats, pratiques, interrogations*

## *Evaluation Modalités et critères*

- *Le candidat est en mesure de mettre en place un plan d'action pour la mesure de son e-réputation*
- *Le candidat est en mesure de choisir le ou les réseaux sociaux le(s) plus adaptés(s) à son activité et d'optimiser son profil*
-

## MODULE 7 – PROTECTION DES DONNEES PERSONNELLES- RGPD

### Objectifs :

- Comprendre les évolutions réglementaires et les enjeux du RGPD
- Identifier les impacts pour l'entreprise et son système d'information
- Préparer son plan d'actions de mise en conformité

### Compétences visées

- 1) Comprendre le RGPD et les impacts sur le système d'information de l'entreprise
- 2) Comprendre les nouveaux principes de protection des données
- 3) Définir un plan d'action de mise en conformité
- 4) Comprendre le statut de conjoint collaborateur

### Programme

#### Comprendre le RGPD

- Définir les « Données à Caractère Personnel » et la nécessité de les protéger
- Objectif et périmètre du RGPD
- Les entreprises et les types de données concernés
- Les enjeux et les impacts pour l'entreprise
- Les impacts sur le système d'information de l'entreprise

#### Comprendre les nouveaux principes de protection des données

- Les nouvelles définitions introduites par le règlement européen
- Les nouveaux droits pour les personnes concernées
- Les risques juridiques et les sanctions qui pèsent sur l'entreprise
- Les nouvelles obligations pour le responsable des traitements et pour les sous-traitants
- Les nouvelles règles de gestion pour la Cybersécurité

### **Définir un plan d'actions pour se mettre en conformité**

- La gouvernance des données, rôles et responsabilités
- La protection des données à caractère personnel
- Les actions à prévoir pour se mettre en conformité
- La démarche pour mettre en œuvre le plan d'actions

## Outils

Power point du formateur

Apports théoriques, travail en sous-groupes

Guide de sécurité des données personnelles de la CNIL

Modèle de fichier de registre des activités de traitement

Récapitulatif des étapes de la mise en conformité

Modèle de politique de confidentialité de la CNIL

Modèle de clauses contractuelles des sous-traitants CNIL

<p><i>Durée</i></p> <p>1 jour</p>	<p><i>Prérequis</i></p> <p>Savoir lire et écrire et compter</p>
<p><i>Méthode pédagogique</i></p> <p>Echanges d'expérience, formation, action participative, intégration de vos outils, résultats, pratiques, interrogations, quiz</p>	<p><i>Evaluation Modalités et critères</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Le candidat est en mesure d'expliquer le RGPD</li><li>- Le candidat est en mesure d'expliquer les nouveaux principes de protection des données</li><li>- Le candidat est capable de définir un plan d'action pour la mise en conformité de son entreprise</li></ul>

## MODULE 8 – FONDAMENTAUX DU MARKETING, EXPLOITER SA BASE DE DONNEES CLIENTS

### Objectifs :

- Connaître les fondamentaux du marketing
- Identifier l'intérêt de l'utilisation d'un fichier clients
- Constituer et exploiter une base de données clients, cibler les actions et en mesurer les retours

### Compétences visées

- 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
- 2) Construire des actions opérationnelles sur une période donnée afin d'atteindre la cible déterminée
- 3) Prendre conscience de l'intérêt d'un fichier client
- 4) Savoir constituer, exploiter et faire vivre sa base de données
- 5) Appréhender la notion de CRM et identifier des solutions existantes

## Programme

### Fondamentaux du marketing

- Le Marketing : Définitions et utilité (missions, démarche, outils)
  - o Principales missions du marketing (3): diagnostic, recommandation et mise en œuvre
  - o Evolutions & Tendances : Webmarketing, médias sociaux, tendances clés
- Analyse de son environnement, de la concurrence et des publics-cibles (segmentation, positionnement, stratégies produit)

- o Définition de la stratégie marketing : les étapes clés*
- o Segmentation et ciblage des marchés prioritaires*
- o Le positionnement d'une marque ou d'une gamme de produits/services*
  - Réalisation d'un plan marketing (structure et démarche)*
- o Structure type d'un plan marketing*
- o Méthodes et outils de pilotage et de contrôle*

### **L'intérêt de l'utilisation d'un fichier clients**

- Fichier clients/prospects : Intérêt*
- Déterminer la valeur client : principaux indicateurs, critères de loyauté client*
- Les informations clients, levier de performance pour l'entreprise : repérer les cibles et définir le plan d'actions commerciales*
- Le cadre juridique : le RGPD et la CNIL*

### **Les sources préexistantes pour constituer un fichier clients**

- Extraire les informations de sa comptabilité ou de son logiciel de facturation*
- Récouter les données (Pages jaunes, Kompass, sites Internet, etc.)*
- Acheter ou louer des fichiers : routeurs*

### **Constituer et exploiter sa base de données clients**

- Définitions des besoins*
- Définitions des données et typologies*

### **Exploiter - L'importance de faire vivre sa base de données**

- L'entretien et le nettoyage de sa base*

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dé doublonnage et déduplication</li> <li>- Les clés d'enrichissement de la base de données efficacement sa base de données</li> </ul> <p style="text-align: center;"><u>Du fichier clients au CRM</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Définition de la gestion de la relation client - Customer Relationship Management (CRM)</li> <li>- Avantages, inconvénients</li> <li>- Solutions présentes sur le marché</li> </ul>	
<h2 style="color: #8B0000;">Outils</h2> <p>Power point du formateur</p> <p>Plateforme de marque, Funnel, SCORING, Analyse SMART</p> <p>Modèle de fichier clients</p> <p>Apports théoriques, travail en sous-groupes</p> <p>Cas pratiques</p>	
<h2 style="color: #8B0000;">Durée</h2> <p>2 jours</p>	<h2 style="color: #8B0000;">Prérequis</h2> <p>Savoir lire et écrire</p>
<h2 style="color: #8B0000;">Méthode pédagogique</h2> <p>Echanges d'expérience, formation, action participative, intégration de vos</p>	<h2 style="color: #8B0000;">Evaluation Modalités et critères</h2> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le stagiaire est en capacité d'analyser son environnement, de définir son positionnement, ses cibles et de mettre en place une stratégie marketing</li> <li>- Le stagiaire réalise un plan marketing</li> </ul>

*outils, résultats, pratiques, interrogations*

- *Le stagiaire sait comment procéder pour se constituer un fichier clients et le faire vivre*
- *Le stagiaire connaît différentes solutions de CRM existants sur le marché.*

## MODULE 9 –FONDAMENTAUX DES TECHNIQUES DE VENTE

### Objectifs :

- Connaitre 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

### Compétences visées

- 1) 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
- 2) Surveiller la satisfaction client et entretenir des relations de qualité en vue de fidéliser sur la durée
- 3) Mettre en œuvre et suivre un plan de développement commercial
- 4) Savoir préparer un entretien de négociation et ou de prospection en face à face et/ou au téléphone
- 5) Savoir dénouer des situations difficiles

### Programme

#### La relation client

- Identifier les parties prenantes de la relation commerciale

- *Comprendre les enjeux de la relation client :*
  - o *L'image*
  - o *Le chiffre d'affaire*
  - o *La fidélisation*
- *Comprendre les attentes du client*
- *Gestion de la relation client*
  - o *Comportement : distinguer l'objectif opérationnel de l'objectif relationnel*
  - o *Ecoute : établir le contact et favoriser la confiance*
  - o *Détecter les attentes du client*
  - o *Mettre en valeur une solution*
  - o *Accepter critiques et objections*
- *Gestion des réclamations et insatisfactions*
  - o *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*
  - Convaincre vos futurs clients de vous rencontrer*
- *Préparer sa prospection*
  - o *Définir sa cible de prospects*

*o Constituer son fichier prospects*

*o Fixer ses objectifs de prospection*

*o Se mettre en conditions optimales*

*- Techniques de communication téléphonique*

*o Savoir se présenter et susciter l'intérêt*

*o Savoir franchir le barrage du secrétariat*

*o Développer une écoute active*

*o Détecter les besoins du prospect*

*o Rédiger son scénario téléphonique*

*o Se préparer aux objections des prospects*

#### Entretien de négociation

*- Négociier, c'est quoi ?*

*- La préparation de l'entretien de négociation :*

*o Les objectifs (court, moyen et long terme)*

*o Le timing de l'entretien*

*o Les intérêts communs*

*o La posture et le déroulement de l'entretien*

*o Se préparer à répondre aux principales objections*

*o La conclusion*

*- Les éléments en jeu en négociation*

*o Les personnes (matrice sur les attitudes fondamentales ; l'interlocuteur convergent, neutre ou divergent)*

*o Les attitudes relationnelles*

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

*o Les pièges de l'argumentation*

*- Basculer sur la vente*

*o Développer un argumentaire commercial*

*o Comprendre les différentes étapes de l'entretien de vente*

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

#### Les enjeux de la gestion de situations difficiles

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

*o Le client arrogant*

*o Le client chronophage*

*o Le client expert, qui croit mieux savoir que vous*

*o Le « bon copain »*

*o Le client pointilleux*

*o Le client râleur/contestataire/protestataire*

*o Le client éternellement insatisfait*

*o Le client versatile*

*o Le client mutique, la communication difficile*

*- Résoudre et désamorcer les situations de conflit*

*o Comprendre l'insatisfaction d'un client*

- Reconnaitre 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*

*o 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)*

*o 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)*

*o Savoir mettre fin à l'échange*

*- Tirer des enseignements des situations de conflits*

*o Repérer les incidents fréquents*

*o Tirer des conclusions (remise en question de certaines pratiques)*

*o Mettre en place des indicateurs de suivi des réclamations*

*o Mettre en place des procédures, adopter certains réflexes en matière de gestion de conflits*

## *Outils*

*Power point du formateur*

*Matrice SONCAS, Matrice CAP, Matrice SMART*

*Trame entretien découverte - Apports théoriques, travail en sous-groupes*

*Jeux de rôles et simulations, Vidéos*

## *Durée*

*4 jours*

## *Pré-requis*

*Savoir lire et écrire*

## *Méthode pédagogique*

*Echanges d'expérience, formation, action participative, intégration de vos*

*outils, résultats, pratiques, interrogations*

## *Evaluation Modalités et critères*

- Le candidat comprend et maîtrise le fonctionnement de la négociation dans la relation client.*
- Le candidat connaît les méthodes d'observation, d'analyse pour préparer au plus juste sa négociation Savoir utiliser les bons outils de communication pour questionner et formuler*
- Le candidat sait bâtir son argumentaire, convaincre et conclure une vente*
- Le candidat sait mener un entretien avec un client ou prospect en maîtrisant les méthodes de base*
- Le candidat sait adapter une approche et répondre aux questions et objections en maîtrisant le profil psychologique du client/prospect*
- Le candidat sait mener un entretien de situation conflictuel avec un client et en faire une référence*

	<p>- <i>Le candidat peut analyser la cause et la source de situations positives et négatives dans la gestion de la relation client</i></p>
--	--

# MODULE 10 – STRATEGIE DE COMMUNICATION ET DECLINAISON SUR LE WEB

## 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

## Compétences visées

- 1) Définir l'identité visuelle de son entreprise afin de la distinguer de celle de ses concurrents
- 2) Rédiger des messages pour permettre une meilleure compréhension de l'offre
- 3) Choisir des moyens de communication adaptés à la cible définie afin d'optimiser la portée du message

## Programme

### Les fondamentaux de la communication

- Définir ses objectifs et son message
  - o Quelles cibles atteindre ? Objectifs marketing et commerciaux
  - o Dans quel but ? Ventas, image, conquête, différenciation, fidélisation

*o Pour délivrer quel message ?*

*o Quels sont les points forts et le caractère distinctif de mon entreprise ?*

*- Quelles documentations pour quelles cibles ?*

*o Print, Web et Digital selon ses objectifs*

*- Les documentations Print*

*o Avantages, inconvénients, limites*

*o Les points à surveiller : la typologie, la mise en page, la psychologie des formes et des couleurs*

*o Le vocabulaire graphique et les termes techniques des interlocuteurs de la chaîne graphique*

*o Brochure commerciale et plaquette publicitaire : trouver le juste équilibre entre image institutionnelle et promotion des produits ou services*

*o Choix des visuels, témoignages et citations : le cadre réglementaire.*

*- Les documentations Web et Digitales*

*o Avantages, inconvénients, limites*

*o Évolution vers la digitalisation des supports : cas des tablettes et des écrans*

*o Attitudes et usages des lecteurs, mode de lecture des internautes*

*o Développer un style rédactionnel adapté aux spécificités du Web et des outils de consultation (tablettes, smartphones)*

*o Enrichir le contenu par les visuels et effets spéciaux : animation, son, vidéo*

*o Règles de déontologie sur le Web et les médias sociaux*

*- Rédiger les textes*

*o S'approprier et appliquer les règles de la communication écrite*

*o Apprendre à écrire court*

*o Créer des niveaux de lecture*

*o Mettre en valeur le texte*

*- Optimiser l'impact des mots et des images en Print, Web ou Digital*

*o Argumenter en « bénéfiques clients »*

*o Choix des messages : se distinguer de la concurrence*

#### Concevoir votre infolettre (newsletter)

*- Diffuser une newsletter (infolettre) électronique*

*o Analyse et typologie des newsletters*

*o Définir les cibles et les objectifs de communication de votre newsletter*

*o Repérer les solutions techniques et choisir la solution la plus adaptée aux besoins identifiés:*

*Publipostage avec les outils bureautiques*

*Logiciels dédiés*

*Prestataires spécialisés*

*o Connaître et respecter la législation en vigueur (CNIL et LCEN)*

*- Concevoir et réaliser votre newsletter*

*o Choisir les messages clés à communiquer*

*o Structurer le contenu de la lettre*

*o Concevoir la maquette*

*o Définir la charte graphique*

*o Bien utiliser la couleur*

*- Enrichir la newsletter*

*o Ajouter des liens hypertexte*

*o Illustrer la newsletter avec des photos*

*o Intégrer les contraintes d'affichage des images*

*o Veiller à la mise en page et à l'ergonomie*

*- Diffuser la newsletter et favoriser l'ouverture*

*o 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*

## *Outils*

*Power point du formateur*

*Mises en pratique*

*Plateforme de marque*

*Matrice SMART*

*PERSONNA*

*Modèle de plan de communication*

## *Durée*

*3 jours*

## *Pré requis*

*Savoir lire et écrire*

*Savoir se servir d'un ordinateur et d'internet*

*Disposer d'une identité visuelle de son entreprise et de supports existants*

## *Méthode pédagogique*

*Echanges d'expérience, formation, action participative, intégration de vos*

*outils, résultats, pratiques, interrogations*

## *Evaluation Modalités et critères*

- *Le candidat est en capacité de proposer des éléments de communication distinctifs*
- *Le candidat est en mesure d'adapter sa communication et son message en fonction des différentes cibles identifiées*
- *Le candidat a identifié les moyens de communication adaptés selon la cible visée*
- *Le candidat connaît les conditions de mise en œuvre et de diffusion d'une newsletter*
- *Le candidat est en capacité de mesurer l'impact de la newsletter*

## MODULE 11 – RESSOURCES HUMAINES ET DROIT DU TRAVAIL

### 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

### Compétences visées

- 4) Acquérir une méthodologie de recherche de l'information juridique pour donner des réponses justes et fiables
- 5) Identifier les différentes obligations légales dans le but de structurer son organisation dans le respect du droit du travail
- 6) Définir et exécuter un processus de veille juridique afin de mettre à jour les informations
- 7) Le candidat sait identifier les éléments permettant d'effectuer le meilleur choix de contrats en matière de recrutement et de licenciement, en prenant en compte la situation et les besoins actuels de l'entreprise
- 8) Le candidat sait manager l'activité professionnelle des salariés en intégrant le droit du travail
- 9) Capacité à effectuer des choix cohérents
- 10) Le candidat connaît la réglementation liée aux entretiens annuels et professionnels et sait les préparer et les conduire

### Programme

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

*o Règlement intérieur*

*- Utilité de certains outils (le règlement intérieur)*

#### Procéder à son 1er recrutement

*- Définition du besoin*

*o Identifier les raisons d'un recrutement*

*o Définir la fiche de poste*

*- Les aspects financiers du recrutement*

*o Éléments de salaire, fourchette de rémunération, aides à l'embauche*

#### Offre et sélection des candidatures

*- L'offre d'emploi*

*o Identifier les compétences nécessaires*

*o Rédiger une offre attractive*

*o Choisir les supports de diffusion*

*- Sélection des candidatures*

*o Formuler les critères de recrutement*

*o Hiérarchiser les candidatures*

#### Entretien et intégration

*- Conduite de l'entretien*

*o Se préparer et poser les bonnes questions*

*o Identifier les motivations*

- *Choix du meilleur candidat*
  - o *Valider l'adéquation poste/candidat*
  - o *Identifier le « savoir être » et le potentiel*
- *Intégration dans l'entreprise*
  - o *Favoriser une prise de poste réussie*
  - o *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*
  - o *Respecter les clauses obligatoires*
  - o *Rédiger avec soin les clauses de souplesse : mobilité géographique ; objectifs ; télétravail*
  - o *Maîtriser les clauses sensibles telles : non-concurrence, dédit formation*
  - o *Gérer la période d'essai avec vigilance*
- *Rédiger et gérer les contrats à temps partiel depuis la Loi de Sécurisation de l'Emploi*
  - o *Insérer les clauses obligatoires (horaires, répartition...)*
  - o *Modifier la répartition des horaires à temps partiel*
- *Modifier le contrat de travail : souplesse et contraintes des avenants*
  - o *Distinguer modifications du contrat ou des conditions d'exécution du contrat*
  - o *Modifier le lieu de travail, la qualification, la rémunération*
  - o *Mettre en œuvre une période de mobilité volontaire externe sécurisée*

- o Respecter les procédures et rédiger les avenants*
- o Tirer les conséquences du refus du salarié*
- Conclure et gérer le CDD et le contrat d'intérim en toute sécurité juridique*
- o Utiliser les motifs et les durées en toute légalité*
- o Tenir compte de la sur cotisation chômage en cas de CDD courts*
- o Renouveler ou enchaîner les CDD/intérim*
- o Gérer au quotidien des intérimaires ou CDD et la fin de contrat*
- o Se prémunir des risques de requalification*
- Fixer et évaluer les objectifs dans le respect du contrat de travail*
- 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*
- o Connaître les différents modes de départs possibles (démission, licenciement, rupture conventionnelle) et leurs conséquences.*
- o 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*

## Outils

Power point du formateur

Connaissances de bases

Cas pratiques et quizz

Cas pratiques d'une situation de management

## Durée

4 jours

## Prérequis

Savoir lire et écrire

Etre employeur ou envisager de le devenir

## Méthode pédagogique

Echanges d'expérience, formation, action participative, intégration de vos

outils, résultats, pratiques, interrogations

## Evaluation Modalités et critères

- Le stagiaire est en capacité de réaliser une recherche de l'information juridique en accord avec les besoins d'informations préalablement identifiés
- Le stagiaire est en capacité de présenter et d'appliquer la réglementation dans le cadre de son activité et du management de ses équipes
- Le candidat est en capacité de réaliser une veille juridique sur son activité
- Réalisation d'un document permettant de recenser les besoins de son entreprise en matière de recrutement et/ou de licenciement
- Le candidat est en capacité de réaliser un plan d'action pour le recrutement d'un collaborateur
- Le candidat est en capacité de planifier préparer et conduire son entretien de recrutement
- Le candidat sait planifier, préparer ses différents entretiens en tant que manager de son équipe
- Le candidat est outillé pour le faire mener

--	--

## MODULE 12 – PROTECTION SOCIALE DE L'ENTREPRENEUR ET DE SON CONJOINT

### 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*

### Compétences visées

- 5) *Comprendre le fonctionnement de la protection sociale obligatoire et facultative des indépendants pour pouvoir anticiper et prévoir*
- 6) *Appréhender la notion de responsabilités et mesurer les risques liés à son activité professionnelle (sur les biens, les personnes, les risques divers)*
- 7) *Etre en capacité de mesurer la pertinence d'un changement de statut*
- 8) *Comprendre le statut de conjoint collaborateur*

### Programme

Protection sociale du chef d'entreprise

*- L'organisation de la protection sociale obligatoire des indépendants*

*o Être informé des démarches liées au changement de statut social*

*o Connaître ses droits en termes de prestations familiales et prestations maladie*

*- Préparer sa retraite*

*o Comprendre le fonctionnement de la retraite obligatoire*

*o Prévoir une retraite facultative*

*- Calculer les cotisations sociales obligatoires*

*o Apprendre les bases de calcul des cotisations sociales*

*o Visualiser un échéancier des cotisations sociales*

*o Connaître les exonérations de charges sociales*

*- La complémentaire santé*

*o Pourquoi faut-il une complémentaire santé, une protection arrêt de travail ?*

*o Quelles questions poser pour faire le bon choix ?*

*o Le management et la fin de la relation , les différents modes de management*

*o Les obligations de l'employeur*

*o Le statut du conjoint*

### **Entrepreneurs, les risques que vous devez d'assurer**

*- Risques auxquels l'entreprise est exposée :*

*o Les risques de Responsabilité*

*o La Responsabilité Civile professionnelle*

*o Les risques de dommage aux biens (vol, incendie, bris de matériels,...)*

- o La couverture des pertes d'exploitation*
- o Les assurances de véhicule*
- o L'incapacité temporaire ou définitive d'un homme clé*
- o Les obligations de Prévoyance prévues*

*- Risques auxquels le dirigeant est exposé :*

- o La maladie, l'accident du dirigeant*
- o La Responsabilité Civile des Dirigeants Sociaux*
- o La protection juridique du dirigeant*
- o La perte d'emploi du dirigeant*
- o Le décès d'un associé*

## *Outils*

*Power point du formateur*

*Apports théoriques, travail en sous-groupes*

*Tableaux récapitulatifs des structures juridiques et statut sociaux*

*Formulaires CERFA papiers et outils en ligne*

*Simulations économiques (outil bgepro)*

## *Durée*

*2 jours*

## *Prérequis*

*Savoir lire et écrire et compter*

## Méthode pédagogique

Echanges d'expérience, formation, action participative, intégration de vos

outils, résultats, pratiques, interrogations

Interventions de partenaires experts

## Evaluation Modalités et critères

- Le candidat sera en mesure d'expliquer le fonctionnement de sa couverture sociale
- Le candidat sait évaluer le montant de ses charges sociales prévisionnelles
- Le candidat peut comprendre l'étendue de ses droits et de celui de son conjoint
- Le candidat a défini l'étendue de ses risques et mis en place un plan d'action pour mieux les maîtriser

## MODULE 13 – REINTERROGER SON STATUT JURIDIQUE

### Objectifs :

- Se réinterroger quant aux avantages et conséquences de l'évolution de son statut juridique

### Compétences visées

1. Etre en capacité de mesurer la pertinence d'un changement de statut
2. Savoir évaluer les incidences fiscales sociales et juridiques d'un tel changement

## Programme

### Réinterroger son statut juridique

- Les différentes formes d'entreprises

o L'entreprise individuelle et le régime de la microentreprise

o Les sociétés

o Caractéristiques des structures juridiques les plus fréquentes

- Changer de statut juridique

- o Rappel des points déclencheurs du changement*
- o Identifier les critères de choix*
- o Les démarches administratives, fiscales et sociales pour changer de régime*
- o La nouvelle organisation de la gestion de l'entreprise*
- o Chiffrer le changement*
- Modalités du changement juridique*
- o Procédure à suivre*
- o Obligations légales*
- o Effet de la transformation : juridique, fiscal et social*

## *Outils*

*Power point du formateur*

*Apports théoriques, travail en sous-groupes*

*Tableaux récapitulatifs des structures juridiques et statut sociaux et formulaires CERFA papiers et outils en ligne*

*Simulations économiques (outil bgepro)*

### *Durée*

*1 jour*

### *Prérequis*

*Savoir lire et écrire et compter*

### *Méthode pédagogique*

*Evaluation Modalités et critères*

<i>Echanges d'expérience, formation, action participative, intégration de vos outils, résultats, pratiques, interrogations</i>	<i>- Le candidat peut commenter et expliquer les avantages d'un changement de statut juridique de son entreprise et en mesurer les impacts</i>
--	--

## MODULE 14 – REDIGER DES CONTRATS EN TOUTE ASSURANCE

### 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

### Compétences visées

- 6) Comprendre les fondamentaux du droit des contrats appliqués aux entreprises
- 7) Comprendre la relation contractuelle qui s'instaure entre le client et l'entreprise lors d'une vente ou d'une prestation de service
- 8) Identifier les points clefs d'un contrat et des conditions générales
- 9) Connaître les différents recours en cas d'inexécution d'un contrat
- 10) Appréhender le droit de la concurrence
- 11) Disposer d'une vision synthétique des baux commerciaux
- 12) Connaître les particularités du droit international

### Programme

#### 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

## *Outils*

*Power point du formateur*

<p><i>Apports théoriques, travail en sous-groupes</i></p> <p><i>Cas pratiques</i></p>	
<p><b><i>Durée</i></b></p> <p><i>4 jours</i></p>	<p><b><i>Prérequis</i></b></p> <p><i>Savoir lire et écrire</i></p>
<p><b><i>Méthode pédagogique</i></b></p> <p><i>Echanges d'expérience, formation, action participative, intégration de vos outils, résultats, pratiques, interrogations</i></p>	<p><b><i>Evaluation Modalités et critères</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Le stagiaire est en capacité de recenser l'ensemble des contrats liant son entreprise et d'en mesurer les impacts</i></li> <li>- <i>Le stagiaire réalise un plan d'action pour maîtriser l'étendue de ses engagements et le cas échéant renégocier certains engagements</i></li> <li>- <i>Le stagiaire a établi les éléments fondateurs de ses conditions générales</i></li> <li>- <i>Le stagiaire peut expliquer les éléments constitutifs du bail commercial</i></li> <li>- <i>Le stagiaire a identifié les éléments du droit de la concurrence auxquels il est soumis</i></li> </ul>

# MODULE 15 – RENDRE SON ENTREPRISE PLUS ECORESPONSABLE AU QUOTIDIEN

## 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

## Compétences visées

- 1) Comprendre la démarche de Développement durable et de Responsabilité sociétale des entreprises
- 2) Mettre en œuvre et mesurer l'impact d'une stratégie éco responsable au sein de son entreprise
- 3) Savoir communiquer et promouvoir ce type d'action en interne et en externe

## Programme

### 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 :*
  - o Agir sur les comportements*
  - o Les méthodes de travail*
  - o Raisonner énergies renouvelables*

Réduire son bilan carbone, penser en cycle de vie des produits

- *Les principales notions à acquérir pour réaliser :*
  - o Le bilan carbone de son entreprise*
  - o 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*

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 :

o Modifier ses comportements

o Les éco-gestes

- S'y retrouver dans les logos, les labels et certifications

## Outils

Power point du formateur

Apports théoriques, travail en sous-groupes

Méthodes d'intelligence collective

Etudes de cas et cas pratiques

## Durée

4 jours

## Prérequis

Savoir lire et écrire

Etre sensibilisé à intégrer dans son entreprise une démarche RSE et ou développement durable

## Méthode pédagogique

Echanges d'expérience, formation, action participative, intégration de vos

## Evaluation Modalités et critères

- Le candidat est en capacité d'expliquer ce que sont la RSE et de DD
- Le candidat a identifié au travers d'un plan d'actions les axes sur lesquels il doit agir et

*outils, résultats, pratiques, interrogations*

*peut s'engager*

- *Le candidat a établi les grandes lignes d'un plan de communication interne et ou externe afin de promouvoir sa démarche*

## MODULE 16 – MAITRISER LE FONCTIONNEMENT DE L'AUTOENTREPRISE

### Objectifs :

- Maitriser le fonctionnement de l'autoentreprise
- Comprendre les mécanismes juridiques comptables sociaux et fiscaux liés à ce régime
- Piloter l'activité et suivre les indicateurs commerciaux administratifs et financiers de sa micro entreprise

### Compétences visées

- 1) Identifier les caractéristiques de l'autoentreprise
- 2) Comprendre les rôles des différents acteurs agissant dans l'environnement de l'autoentreprise
- 3) Savoir répondre à ses obligations sociales, fiscales, comptables et administratives en tant qu'autoentrepreneur
- 4) Comprendre le bon usage des contrats pour son autoentreprise (relation commerciale, CGV, bail commercial),
- 5) Savoir créer et utiliser des outils de pilotage au quotidien de son autoentreprise
- 6) Identifier et se garantir contre les risques de l'entreprise (prévoyance et assurances professionnelles)
- 7) Savoir réaliser les diverses démarches en ligne pour la micro entreprise
- 8) Appréhender la relation bancaire

### Programme

#### Introduction au régime de la micro-entreprise

- Comprendre les termes employés: faut-il dire micro ou auto entreprise ?
- Statut ou régime, quelle différence ?
- Comprendre quels sont les acteurs et leur rôle autour de l'activité de l'autoentrepreneur

o L'Acoss

o L'URSSAF

o La Sécurité Sociale des indépendants (ex RSI)

o La DGFIP

- *Qu'est-ce que la Sécurité Sociale des Indépendants, quelles différences avec la Sécu ?*
- *Que se passe-t-il si je tombe malade ou en cas d'accident ? Comprendre ce qu'est une prévoyance*
- *Le congé maternité, paternité, le congé parental, quels sont mes droits ?*
- *Ma retraite : comment l'anticiper, valider mes trimestres de retraite ?*
- *L'importance de maîtriser son métier, comment se former pour accroître ses compétences : quelles sont les démarches, les possibilités*
- *L'inscription obligatoire au RC, comment faire ?*

#### Maîtriser le fonctionnement **de l'autoentreprise**

- *Suivi des obligations de l'autoentrepreneur*
  - o *Le parcours social et fiscal du créateur d'entreprise :*
    - ☒ *la limite de CA réalisable*
    - ☒ *les taux de cotisation*
    - ☒ *la notion d'achat revente et de prestation de service*
    - ☒ *la notion de prorata temporis*
    - ☒ *la gestion de la TVA*
- *Tenue de la comptabilité de son autoentreprise*
  - o *Apprendre à faire des factures conformes*
- *Organisations administratives*

*o Savoir tenir ses responsabilités de déclaration , télédéclaration du CA et paiement des cotisations sociales*

*- Déclaration des revenus, comment payer ses impôts (prélèvement libératoire) et prélèvement à la source : comprendre le fonctionnement et savoir faire le bon choix.*

*- Comprendre comment protéger ses clients et soi-même par la mise en place d'un contrat*

*- Suivi de l'activité, tableaux de suivi de l'activité chiffrée : tableau de trésorerie pour piloter au quotidien*

*- Comprendre l'importance de s'assurer*

*o Ma santé :*

*le rôle d'une mutuelle*

*à quoi sert la prévoyance complémentaire*

*o Mon activité :*

*Comment fonctionne une responsabilité civile professionnelle*

*comprendre le rôle d'un cabinet de contentieux*

*Définition de la protection juridique et de l'assistance juridique*

*Comprendre l'obligation d'avoir un médiateur si l'on travaille avec les particuliers*

*Comprendre comment fonctionne la loi Macron et la protection de mon patrimoine*

*- Maîtrise des comptes en lignes servant à l'administration de l'entreprise : compte SSI, compte autoentrepreneur, compte pour la CFE, compte CPF, ...*

Bien équiper son entreprise

*- Comprendre l'importance d'un logiciel de facturation*

*- Acquérir les compétences pour rédiger les mentions importantes sur une facture (conditions de recouvrement/ les frais de recouvrement sont à la charge du client)*

- Savoir établir un contrat de prestation ou conditions générales de vente
- Comprendre comment prendre un bail commercial, choisir mon local professionnel
- Avoir toutes les compétences pour choisir une banque (avantage inconvénient compte pro / particulier / banque en ligne)
- Comprendre comment emprunter avec une banque quand on est autoentrepreneur. Savoir quels documents présenter

## Outils

Power point du formateur

La Mallette du Micro entrepreneur

Le guide pratique de l'autoentreprise

Tableur comptabilité micro et livre d'achat et de recette

Apports théoriques, travail en sous-groupes

## Durée

2 jours

## Prérequis

Savoir lire et écrire

Etre immatriculé en micro entreprise

## Méthode pédagogique

Echanges d'expérience, formation, action participative, intégration des éventuels outils de l'entreprise

## Evaluation Modalités et critères

- Quiz amont : pour tester son niveau de connaissances
- Quiz aval : pour valider les acquis de la formation et formaliser sa progression
- Le candidat a identifié les actions correctives à mettre en place pour assurer le bon fonctionnement de son entreprise

## MODULE 17 – EVALUER ET FAIRE EVOLUER SON AUTOENTREPRISE

### Objectifs :

- Diagnostiquer la situation de l'autoentreprise et poser les axes de son développement
- Comprendre pourquoi et comment anticiper la sortie du régime autoentreprise

### Compétences visées

- 1) Vérifier la situation actuelle de l'entreprise et identifier les raisons d'un changement de statut (chiffre d'affaires, charges, rentabilité)
- 2) Connaître les autres régimes fiscaux et leur fonctionnement
- 3) Mesurer les conséquences fiscales, sociales et commerciales de ce changement sur l'entreprise
- 4) Appréhender les impacts du changement de régime sur le plan personnel
- 5) Définir les axes et objectifs de développement et en maîtriser le pilotage
- 6) Savoir organiser le changement de statut

### Programme

#### Diagnostiquer la situation de l'autoentreprise et poser les axes de son développement

- Autodiagnostic de l'entreprise aujourd'hui : produits et clients, concurrence, fournisseurs, communication, financier, ...
- Analyse des leviers pour développer durablement le chiffre d'affaires
- Détermination des objectifs de développement
- Maîtrise des données clés de pilotage du développement (marge, prix de revient, seuil de rentabilité, trésorerie, ...)
- Identification des moyens pour augmenter l'efficacité commerciale et la communication de l'entreprise

- Analyse des raisons qui plaident pour un changement de régime

- Identification du changement de régime sur le plan personnel (organisation des temps de travail, nature des tâches, posture de l'entrepreneur, existence de nouveau partenaire, nouvelles responsabilités, ...)

Comprendre pourquoi et comment anticiper la sortie du régime autoentreprise

- Fonctionnement du réel, incidence d'un régime fiscal sur la croissance et l'évolution d'une entreprise

- Mesure des différences entre les régimes micro et réel en terme de calcul de résultat, de cotisations à la SSI, de protection sociale, de prises en compte des charges, des marges, ...

- Maîtrise des mécanismes de la TVA, des déclarations et de l'impact sur le prix et sur les marges

- Mesure de l'implication du changement de régime sur le plan commercial

- Établissement et analyse d'un prévisionnel au régime du « réel »

- Evaluation de la faisabilité au réel avec un prévisionnel financier

- Calendrier du changement de régime : en cours d'année ou d'une année sur l'autre

- Organisation des démarches administratives : courriers aux impôts, à la SSI, formalités au CFE, recherche d'un comptable, ...

## Outils

Power point du formateur

Etude comparative BGE Pro avec prévisionnel financier au réel.

Tableau comparatif des régimes réels et micro

Plan d'actions individualisé pour changement de régime

Apports théoriques, travail en sous-groupes

<p><i>Durée</i></p> <p>1 jour</p>	<p><i>Prérequis</i></p> <p>Savoir lire et écrire</p> <p>Etre immatriculé en micro entreprise</p>
<p><i>Méthode pédagogique</i></p> <p>Echanges d'expérience, formation, action participative, intégration des éventuels outils de l'entreprise</p> <p>Simulation sur outil Bge Pro</p>	<p><i>Evaluation Modalités et critères</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Quiz amont : pour tester son niveau de connaissances</li><li>- Quiz aval : pour valider les acquis de la formation et formaliser sa progression</li><li>- Le candidat a établi son plan d'actions et identifier la période la plus propice pour réaliser son changement de statut</li></ul>

# Plan de communication

## « Mallette du dirigeant 2019 »

Nous constatons chaque jour le niveau de méconnaissance de la part des chefs d'entreprise et ce quel que soit leur FAF ou l'OPCA dont ils relèvent, de leurs droits à la formation et des possibilités qui leurs sont ouvertes.

D'importants efforts budgétaires sont réalisés par l'AGEFICE depuis 2014 pour permettre à leurs ressortissants ainsi qu'à leur conjoint collaborateur, d'accéder à des programmes de formations essentiels pour le développement et la pérennisation de leurs affaires.

En tant qu'organisme retenu sur les précédentes mallettes nous sommes donc directement impliqués pour que cette action soit chaque année une réussite et touche le plus grand nombre.

Nous avons ainsi développé de nombreuses actions de communication pour promouvoir cette offre et la faire connaître tant auprès des chefs d'entreprises que de nos partenaires importants relais.

### LES SUPPORTS DE COMMUNICATIONS UTILISES POUR LA PROMOTION DE LA MDD

Plusieurs outils de communication seront réalisés pour promouvoir la Mallette du Dirigeant 2019 » 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

#### FLYERS

Les flyers ont pour but d'informer sur les thématiques et les lieux des formations.

Ils renvoient à nos supports sur le web.

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



#### La Mallette du Dirigeant en 4 questions :

**Vous êtes dirigeants d'entreprise, conjoints collaborateurs ou associés relevant de l'AGEFICE ?**  
BGE Grand Biterrois vous propose au choix quatre mallettes de formation.

**Votre activité vient d'être créée ?**  
Votre entreprise est éligible aux Mallettes du Dirigeant dès la 1<sup>ère</sup> année.

**Vous avez déjà utilisé votre enveloppe cette année ?**  
Ces formations sont hors enveloppe annuelle du chef d'entreprise.

**Vous n'avez pas la trésorerie nécessaire ?**  
Il n'y a pas d'avance de paiement à faire, car c'est l'AGEFICE qui règlera directement la facture.



## AFFICHES

Comme pour les années précédentes, des affiches A3 seront remises aux partenaires avec les programmations des sessions MDD (dates et les lieux correspondant aux territoires).

## NOTRE SITE INTERNET

Le site internet de BGE LR [www.bgeoccitanie.fr](http://www.bgeoccitanie.fr) permet de :

- de connaître les lieux et dates des prochaines formations
- de connaître les coordonnées de la référente formation BGE Grand Biterrois

The screenshot shows the website interface for BGE Grand Biterrois. At the top, there is a navigation menu with the following items: 'Qui sommes nous?', 'BGE et vous', 'Agenda', 'Services', 'Partenaires', 'Presse', and 'Documentation'. The main content area features a large banner image with the text 'Des histoires (extra)ordinaires' in the center. The banner also includes two circular callouts: 'Léa 8 ans' and 'Léa 27 ans'. Below the banner, there is a section titled 'BGE Grand Biterrois – Bassin de Thau' with a sub-header 'Implé à Béziers depuis 1993 sur le territoire du Grand Biterrois et à Sète depuis 2004, BGE Grand Biterrois et son antenne du Bassin de Thau ont pour mission d'accompagner les individus, installés sur le département de l'Hérault, dans leurs projets de création ou de reprise d'entreprise et/ou de développement d'activités de leurs entreprises déjà existantes. BGE a développé une référence et une maîtrise d'accompagnement reconnues, dédiées à'. To the right of this text is a calendar for 'MARS 2018' with a grid showing days of the week (L, M, M, J, V, S, D) and dates from 26 to 31.

Nous travaillons encore sur la refonte de notre site BGE Ouest Hérault qui devrait permettre une plus grande interactivité avec l'internaute

## FACEBOOK

La page Facebook : [www.facebook.com/bge.grandbiterrois](http://www.facebook.com/bge.grandbiterrois) permet actuellement des prises de contact simplifiées de la part des créateurs.

Nous communiquons environ une fois par semaine sur ce support et relayerons également la programmation des sessions MDD.

## ACTIONS AVEC NOS PARTENAIRES

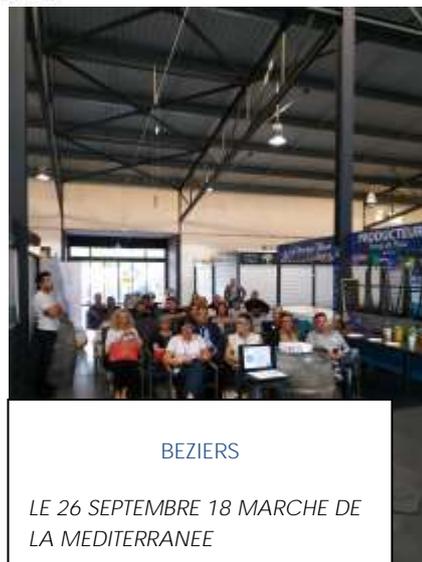
En 2018 nous avons réalisé plusieurs actions de promotion de la MDD organisant notamment avec nos partenaires des soirées dans le cadre de nos after work du BGe

*CLUB(notre club de créateurs) pour informer les chefs d'entreprises sur leurs droits à la formation.*



SETE

LE 2 OCTOBRE 18  
MEDIATHEQUE FRANCOIS  
MITERRAND



BEZIERS

LE 26 SEPTEMBRE 18 MARCHE DE  
LA MEDITERRANEE

*Conscients de l'importance d'être au cœur des différents réseaux de chefs d'entreprise actifs sur notre territoire nous développons depuis plusieurs années maintenant un important travail de réseautage et de développement de partenariat avec les acteurs économiques de notre territoire et leur regroupement.*

- *Nous sommes membre de plusieurs réseaux tels que le GDE, le club des managers de Agde, l'Association des entreprises du Capisco, l'association BACV*
- *Nous avons participé à de nombreux événements organisés par ces partenaires et coanimés des temps forts*

**Les Rencontres de l'Info**

« La Réforme de la formation professionnelle »  
en présence de Monsieur le Député Philippe Huppé

Le 20 septembre 2018

**MAILING CREATEURS**

*Nous communiquons régulièrement par emailing auprès des chefs d'entreprise que nous avons accompagnés sur les formations programmées*

## FORMATION

### FORMATION 8 BGE :

CREATION DE SITE INTERNET, RESEAUX SOCIAUX, MARKETING  
IL RESTE DES PLACES POUR LA RESTAURANT !



#### ECOMMERCE

*Créer votre site et générer du business sur internet*

**Lieu :** BGE BEZIERS

**Durée :** 4 jours

**Dates :** Les 19 octobre et les 8 - 9 - 15 (créations de site) et 16 nov 2018 (ecommerce)

#### REFERENCEMENT INTERNET

*Developpez la visibilité de votre entreprise sur internet*

**Lieu :** BGE BEZIERS

**Durée :** 2 jours

**Dates :** Les 10 et 17 Sept 2018

#### LES RESEAUX SOCIAUX

*Comprendre les réseaux sociaux et s'en servir comme levier de vente*

**Lieu :** BGE BEZIERS

**Durée :** 2 jours

**Dates :** 2 sessions proposées

Les 21 et 24 Sept 2018  
ou

Les 6 et 13 déc 2018



#### MARKETING ET TECHNIQUES DE VENTE

*Developpez votre marché et vos ventes*

**Lieu :** BGE BEZIERS

**Durée :** 4 jours

**Dates :**  
Les 8-15-22 et 29 octobre 2018

ou

Les 3 - 10 et 17 décembre 2018 et le 7 janvier 2019



#### COMMUNICATION

*Stratégie de communication et déclinaison sur le Web*

**Lieu :** BGE BEZIERS

**Durée :** 4 jours

**Dates :** Les 5 - 12 - 19 et 26 novembre 2018

RENSEIGNEMENTS AUPRES DE BGE

3 rue Paul Langevin 34000 Béziers

04 34 31 11 00

## BGE GRAND BITERROIS : Notre réseau de financeurs de prestations spécifiques

*Nous animons et développons de nombreux partenariats et conventionnements avec les institutionnels et collectivités de notre territoire, afin d'offrir au public accompagné l'accès aux dispositifs de droit commun ou spécifiques facilitant ainsi le développement des initiatives et leurs aboutissements.*

*Ces actions portées par BGE Grand Biterrois sur les 3 dernières années sont présentées de façon synthétique dans le tableau ci après*

	Emergence	Accueil	Accompagnement amont	Financement	Accompagnement aval
FSE			PACTE FORMATION		
DIRECCTE		ACTION COUVEUSE <b>test d'activité en CAPE</b>			<i>Agrément organismes de formation DIRECCTE Hérault</i>

<p>ETAT</p> <p>CGET</p> <p>CDC</p> <p>ACSE</p>	<p><i>CréaCités</i></p> <p><i>Actions Profil Jeunes Entrepreneurs,</i></p> <p><i>Via Projet Communauté d'agglomération Hérault Méditerranée</i></p> <p><i>J'apprends l'entreprise</i></p>	<p>ACTION ACA QPV (Frontignan et Sète)</p>			<p><i>Agrément organismes de formation DIRECCTE Hérault</i></p> <p><i>Dispositif Local d'Accompagnement pour les associations (D.L.A.)</i></p>
<p>CONSEIL REGIONAL OCCITANIE</p>		<p>ACTION COUVEUSE <b>test d'activité en CAPE</b></p>		<p>PACTE REGION</p> <p><i>Visa Pacte</i></p> <p><i>VISA Pluriactivité</i></p>	<p><i>PERIODE TRANSITOIRE</i> Reprise des PM 3 NACCRE</p>
<p>CONSEIL</p>		<p>ACCOMPAGNEMENT <b>A LA CREATION D'ACTIVITE RSA</b></p>			<p>SUIVI POST CREATION RSA</p>

DEPARTEMENTAL HERAULT		ACTION TEST COUVEUSE RSA		
Autres collectivités territoriales	CREACITES <i>Communauté d'agglomération Hérault Méditerranée</i>	ACCOMPAGNEMENT <b>A LA CREATION D'ACTIVITE</b> <i>(Communauté d'Agglomération Béziers Méditerranée, Politique de la ville Sète, Thau Agglomération)</i>		SETE AGGLOPOLE MEDITERRANEE <i>(aide au développement)</i>
Pôle Emploi		ACCOMPAGNEMENT A LA CREATION D'ACTIVITE <i>via financement CPF et AIF</i>		ACCOMPAGNEMENT AU DEVELOPPEMENT A LA CREATION D'ACTIVITE <i>via financement CPF et AIF</i>

Organismes Privés	Label BALISE : sensibilisation à la création	<p>Accueil et accompagnement de public souffrant de handicap AGEFIPH (depuis 1993),</p> <p>-----</p> <p>ACCOMPAGNEMENT A LA CREATION D'ACTIVITE via financement CPF (FAF et OPCA)</p>		<p>Soutien post création des créateurs AGEFIPH (depuis 1993),</p> <p>-----</p> <p>ACCOMPAGNEMENT AU DEVELOPPEMENT A LA CREATION D'ACTIVITE via financement CPF (FAF et OPCA)</p>
-------------------	---	---	--	--

*BGE Grand Biterrois est également reconnu par de nombreux autres partenaires avec lesquels elle contractualise ses relations : Etat (Ministère de l'Éducation nationale), partenaires bancaires (avec la signature de conventions nationales (Banque Populaire du Sud, Société Générale, la CE, Le Groupe HSBC, le Crédit Coopératif), BPI,...*

## ANNEXE 1 : NOS PRINCIPAUX OUTILS

	<p><b>BALISE</b></p> <p><i>une base de données pour trouver une idée détecter des projets</i></p>
	<p><b>MAEL</b></p> <p><i>outil numérique de collaboration, qui permet de construire son projet en gardant le contact avec son conseiller et d'échanger avec d'autres futurs chefs d'entreprise.</i></p>
	<p><b>BGePro</b></p> <p><i>outil collaboratif et professionnel de création de plan d'affaires</i></p> <p><i>BGE Pro® est accessible en ligne sur une plateforme internet sécurisée. Un accès permanent aux données</i></p> <p><i>Pour les formations comptables il est souvent proposé comme outil au stagiaire qui se voit desservi un accès gratuit</i></p>
	<p><b>BGeClub</b></p> <p><i>Notre communauté d'entrepreneurs se réunit pour faire du réseau et échanger pour s'apporter des services, des tuyaux, un appui et un soutien logistique ou moral... Pour tous ses adhérents, BGE a mis en place "Mon bureau virtuel" et promouvoi également cet outil auprès de nos stagiaire AGEFICE</i></p>



BGe Participatif

*Plateforme d'accès au financement participatif*



BGE STORE

*Market place pour commercialisation produits et services en repère utilisateur d'activité en cove se cible*

ANNEXE 1

CV DE NOTRE EQUIPE PEDAGOGIQUE NTERNE BGE GRAND BITERROIS  
BGE LANGUEDOC CATALOGNE ET INTERVENANTS EXTERNES  
SAISIS SUR LA PLATEFORME AGEFICE

**ANNEXE 2**

**REFERENCEMENT DATADOCK**

**ET**

**LABEL QUALITE BGE RESEAU**

Déclaration validée

CERTIF LR ET DEMARCHE QUALITE DATADOCK x

no-reply@data-dock.fr via wpm.aw.atosorigin.com  
À moi

20/06/2017 ☆



Mme AGNES ROMATICO ENJALBERT,  
 Votre organisme a été rendu référencé dans le **Datadock**. Chaque financeur pourra désormais vous inscrire dans son catalogue de référence selon ses propres modalités.

Vous pouvez consulter le détail de l'examen en vous rendant sur **Datadock** en cliquant sur le lien suivant : <https://www.data-dock.fr/interface/#/of-accueil>

Bien cordialement,  
 L'équipe **Datadock**



<https://www.data-dock.fr/>  
 N° Hotline (de 8h30 à 18h00) : 09 77 40 55 20  
 Mail : [contact@data-dock.fr](mailto:contact@data-dock.fr)

Datadock	ASSOCIATION BGE GRAND BITERROIS	Mme AGNES ROMATICO ENJALBERT (Compte   Déconnexion)
Votre entreprise	Votre déclaration	Glossaire

Bienvenue sur votre espace DataDock.

**VOIR VOTRE DERNIÈRE DÉCLARATION VALIDÉE**

Votre Organisme de Formation a pour statut : Examiné  
 Vous êtes actuellement référencé dans le DataDock

Votre déclaration a été examinée par un financeur. Vous trouverez ci-dessous le résultat de cet examen :  
**Félicitations ! Votre déclaration a été validée**, vous êtes désormais référencé dans le DataDock. vous trouverez ci-dessous un résumé de l'examen effectué.

- Informations générales : Validées ✓
- Établissement : Validé ✓
- Certifications : Validées ✓

Paris, le 12 mars 2018

Madame, Monsieur,

Depuis près de 15 ans, le **réseau BGE mène une démarche qualité globale**, co-construite par les structures BGE, prenant en compte les spécificités et exigences du métier de l'appui à la création et au développement de l'entreprise.

Elle représente un **outil de structuration et de pilotage**, positionnant chaque organisme de formation BGE dans une dynamique de progrès et d'**amélioration continue**, ayant pour enjeu de **garantir la qualité des services rendus envers les entrepreneurs**.

En tant que démarche qualité globale, elle intègre la dimension métier et la qualité des prestations et contribue également à la maîtrise de son modèle économique, à l'amélioration des organisations, des systèmes de pilotage et de management.

L'ensemble du système qualité et des organisations doivent permettre la réalisation du projet stratégique de l'organisme de formation au niveau local, et en cohérence avec le projet stratégique national.

Chaque membre adhérent du réseau BGE a pour **obligation de mettre en œuvre cette démarche qualité BGE** et donc de respecter les **42 engagements** du référentiel qualité.

Chaque structure est évaluée par un auditeur indépendant qui fait état des lieux du niveau d'atteinte des exigences et des résultats et des axes de progression. Les organismes BGE réalisent, de façon permanente, **des actions d'amélioration** afin d'optimiser leur fonctionnement et leur efficacité.

Cette approche qualité est encadré par une démarche de certification. En effet, l'entité nationale **BGE réseau est certifié ISO 9001**, depuis juin 2007, sur plusieurs activités, notamment sur sa **capacité à piloter la démarche qualité globale BGE**. En 2017, BGE réseau a été renouvelé ISO 9001. Cette certification court sur le cycle 2016-2018.

Je vous prie d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de mes sincères salutations.

Sophie Jalabert  
Déléguée Générale BGE réseau



BGE

168 bis, rue Raymond Losserand, 75014 Paris - France

T +33(0)1 43 20 54 87 - F +33(0)1 43 20 28 49 - info@bge.asso.fr

ASSOCIATION LOI 1901 - SIRET 32980385200063

[www.bge.asso.fr](http://www.bge.asso.fr)

# **JUSTIFICATIFS**

**SIREN**

**DECLARATION PREFECTURE**

**DECLARATION OF**

**BILAN PEDAGOGIQUE 2017**

**DISPENSE TVA**

**ATTESTATION DE REGULARITE FISCALE ET SOCIALE**

**ATTESTATION D'ASSURANCE MULTIRIQUES ET RCP**

**MODELE DE QUESTIONNAIRE A CHAUD ET A FROID**

Toute modification (changement d'adresse, statut, raison sociale, activité...) concernant votre entreprise doit être déclarée au CFE dont vous dépendez.

Pour plus de précisions, consulter le site internet Insee.fr à l'adresse :  
<https://www.insee.fr/fr/information/1972060>

## SITUATION AU REPERTOIRE SIRENE

A la date du 15 mars 2019

<b>Description de l'entreprise</b>	<b>Entreprise active au répertoire Sirene depuis le 01/01/1982</b>
Identifiant SIREN	392 807 848
Identifiant SIRET du siège	392 807 848 00065
Désignation	BGE GRAND BITERROIS
Catégorie juridique	9220 - Association déclarée
Activité Principale Exercée (APE)	9499Z - Autres organisations fonctionnant par adhésion volontaire
Appartenance au champ ESS	Oui

<b>Description de l'établissement</b>	<b>Etablissement actif au répertoire Sirene depuis le 01/03/2011</b>
Identifiant SIRET	392 807 848 00065
Adresse	BGE GRAND BITERROIS ZI DU CAPISCOL 5 RUE PAUL LANGEVIN 34500 BEZIERS
Activité Principale Exercée (APE)	9499Z - Autres organisations fonctionnant par adhésion volontaire

**Important** : A l'exception des informations relatives à l'identification de l'entreprise, les renseignements figurant dans ce document, en particulier le code APE, n'ont de valeur que pour les applications statistiques (décret n°2007-1888 du 26 décembre 2007 portant approbation des nomenclatures d'activités françaises et de produits, paru au JO du 30 décembre 2007).

**Avertissement** : aucune valeur juridique n'est attachée à l'avis de situation.

**Site de gestion:** **CENTRE STATISTIQUE DE METZ**  
Centre des statistiques sociales et locales  
Pôle Sirene Associations  
32 AVENUE MALRAUX  
57046 METZ CEDEX 1



**SOUS-PREFECTURE DE BEZIERS**

direction de la réglementation générale  
bureau des Associations  
Bd Edouard Herriot  
34526 BEZIERS CEDEX  
04 67 36 70 69 l'après midi  
ouvert de 8h30 à 11h30

Le numéro W341001652  
est à rappeler dans toute  
correspondance

**Récépissé de Déclaration de MODIFICATION  
de l'association n° W341001652**

Ancienne référence  
de l'association :  
0341005285

Vu la loi du 1er Juillet 1901 relative au contrat d'association ;

Vu le décret du 16 Août 1901 portant règlement d'administration publique pour l'exécution de la loi précitée ;

**Pour le sous-préfet de Béziers**

donne récépissé à **Monsieur le Président**  
d'une déclaration en date du : **17 mai 2011**  
faisant connaître le(a) changement(s) suivant(s) :

**SIEGE, STATUTS, TITRE**

dans l'association dont le nouveau titre est :

**BGE GRAND BITERROIS**

dont le nouveau siège social est situé : **ZI du caplecol  
6 rue Langevin  
34500 Béziers**

Décision prise le(a) : **29 mars 2011**

Pièces fournies : **Procès verbal  
Statuts**

*l'attaché. Chef de bureau*  
**Arnaud GILLET**

Béziers, le 17 mai 2011

Loi du 1<sup>er</sup> Juillet 1901, article 8 - al. 6.6 et 7 - Décret du 16 août 1901, article 2 :

Les associations sont tenues de faire connaître, dans les trois mois, tous les changements survenus dans leur administration ou leur direction, ainsi que toutes les modifications apportées à leurs statuts. Ces modifications et changements ne sont opposables aux tiers qu'à partir du jour où ils auront été déclarés. Les modifications et changements seront, en outre, consignés sur un registre spécial qui devra être présenté aux autorités administratives ou judiciaires chaque fois qu'elles en feront la demande.

Loi du 1<sup>er</sup> Juillet 1901, article 8 - al. 1 :

Seront punis d'une amende de 1500 € en première infraction, et, en cas de récidive, ceux qui auront contrevenu aux dispositions de l'article 8.

NOTA :

L'attention au Journal Officiel des modifications portant sur le titre, l'objet, le siège social d'une association est facultative. Elle ne peut être exigée des tiers car le récépissé obtenu par les services préfectoraux fait foi dans tous les cas.

La loi 78-17 du 9 janvier 1978 modifiée relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, s'applique à la déclaration relative à votre association dont les destinataires sont les services préfectoraux et les services de l'Etat concernés. L'article 40 de cette loi vous garantit un droit d'accès et de rectification. Celui-ci peut s'exercer auprès du préfet ou du sous-préfet de l'arrondissement du siège de votre association, pour les données à caractère personnel concernant les personnes physiques déclarées comme étant chargées de sa direction ou de son administration.

Beziens

MINISTÈRE DE L'EMPLOI DE LA COHESION SOCIALE ET DU LOGEMENT



Direction  
régionale du travail, de l'emploi  
et de la formation professionnelle  
du Languedoc - Roussillon  
Mission régionale de contrôle

3, place Paul Bec  
CS 39538  
34981 MONTPELLIER CEDEX 2

Téléphone : 04.67.15.77.53  
Télécopie : 04.67.22.05.79

Services d'informations  
du public :  
3615 Emploi 0,15 €/mn  
(Modulo 0,07)  
Internet : [www.travail.gouv.fr](http://www.travail.gouv.fr)

[www.stdefp-languedocroussillon.travail.gouv.fr](http://www.stdefp-languedocroussillon.travail.gouv.fr)

Ouverture au public : du lundi au  
vendredi de 9h à 12h et de 13h30  
à 17h

Accès tramway : arrêt Antigone  
Parkings payants : Nombre d'Or,  
Polygone.

Le directeur régional du travail, de l'emploi et de la  
formation professionnelle

à

BOUTIQUE DE GESTION DU BITERROIS  
22 RUE LOUIS MALBOSC  
34500 BEZIERS

Montpellier, le vendredi 15 septembre 2006

**Objet : déclaration d'activité**

**PJ : 2**

**Réf. : ht/cw**

Monsieur le Président,

J'ai l'honneur de vous adresser, ci-joint, un exemplaire de votre déclaration d'activité de  
prestataire de formation ainsi qu'un récépissé.

Le Numéro

91 34 06007 34

qui vous est attribué est un numéro d'enregistrement et en aucun cas un agrément. Il peut  
figurer sur la publicité sous la seule forme : « enregistré sous le n°.... cet enregistrement  
ne vaut pas agrément de l'Etat ». Il vous est interdit de mentionner sous quelque forme que  
ce soit le caractère imputable des dépenses de formation sur l'obligation de l'employeur de  
participer au financement de la formation professionnelle continue. La publicité ne doit  
comporter aucune mention de nature à induire en erreur sur les conditions d'accès aux  
formations proposées, leurs contenus, leurs sanctions ou leurs modalités de financement. A  
défaut vous encourez des sanctions pénales prévues à l'article L 993-2 du Code du Travail,  
(amende de 4 500 € et emprisonnement d'un an ou l'une de ces deux peines seulement).

Je vous invite à examiner avec attention le « guide des prestataires de formation » que  
vous trouverez sur notre site internet : [www.stdefp-languedocroussillon.travail.gouv.fr](http://www.stdefp-languedocroussillon.travail.gouv.fr), et  
à prendre note de vos principales obligations (comptables, administratives...) et des sanctions  
encourues en cas d'infraction.

Dans l'éventualité où vous n'auriez pas d'accès Internet, vous pouvez contacter mes services  
qui vous adresseront ce document.

Si vous exercez des prestations de formation professionnelle continue ainsi que d'autres  
activités, vous devez suivre en comptabilité de façon distincte l'activité au titre de la  
formation professionnelle continue conformément à l'article L 920-8 du Code du Travail, si  
les prestations de formation professionnelle continue ne constituent pas votre seule activité.

Par ailleurs, toute modification de l'un des éléments de la déclaration, en particulier tout  
changement d'adresse, de dénomination, de statut juridique, ainsi que la cessation d'activité  
de l'organisme de formation, doit faire l'objet, dans un délai de 30 jours à compter de la date  
de l'évènement, d'une information écrite auprès de nos services sous peine d'une amende  
4500 Euros.

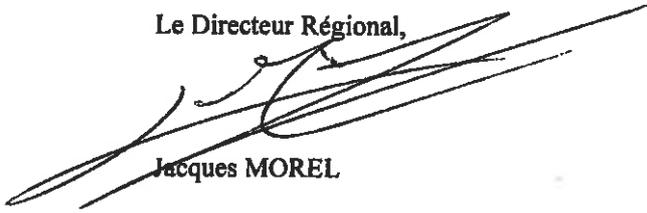
D'autre part, je vous précise que la déclaration que vous avez souscrite vous soumet aux  
dispositions des articles L 920-4 et suivants du Code du Travail et notamment à l'obligation  
d'établir chaque année un bilan pédagogique et financier à transmettre avant le 30 avril, délai  
de rigueur.

J'attire également votre attention sur le fait que les organismes de formation de droit privé sont assujettis à la TVA, pour toutes les actions de formation professionnelle continue dispensées dans le cadre du livre IX du Code du Travail. Il vous appartient donc de la facturer. Toutefois, vous pouvez opter pour une exonération de la TVA. Pour ce faire vous devez retirer auprès du centre des impôts dont vous dépendez ([www.impots.gouv.fr](http://www.impots.gouv.fr)) l'imprimé N°3511 et nous l'adresser en trois exemplaires en recommandé avec accusé de réception.

Par ailleurs, afin de rendre vos statuts conformes aux exigences légales et réglementaires en matière de formation professionnelle continue, vous voudrez bien nous transmettre, dans un délai de six mois, copie des statuts révisés, notamment l'objet social auquel devra être fait mention de l'activité de formation professionnelle.

Veillez agréer, Monsieur le Président, l'expression de ma considération distinguée.

Le Directeur Régional,

  
Jacques MOREL

Numero d'enregistrement BGE Gard.



**BILAN PEDAGOGIQUE ET FINANCIER  
RETRAÇANT L'ACTIVITE DE DISPENSATEUR DE FORMATION PROFESSIONNELLE**

Articles L. 6352-6 à L. 6352-11, L. 6355-15 et R. 6352-22 à R. 6352-24 du Code du travail  
(Lire ATTENTIVEMENT la notice avant de remplir ce bilan)



N° 10443 \* 14

FA 08

Ce document doit être rempli par chaque prestataire de formation professionnelle continue  
et transmis avant le 30 avril à la Direction régionale des entreprises, de la concurrence,  
de la consommation, du travail, de l'emploi dont vous dépendez.

Service régional de contrôle  
de la formation professionnelle  
BPF déposé au titre de l'année 2017

**A. IDENTIFICATION DE L'ORGANISME DE FORMATION**

Numéro de déclaration : 91340600734	NUMERO DE SIRET	CODE NAF
Forme juridique : Association loi de 1901 ou de 1908	39280784800065	9499Z
Nom et prénom ou dénomination (sigle) : ASSOCIATION BGE GRAND BITERROIS		
Adresse : 5 RUE LANGEVIN ZI DU CAPISCOL 34500 BEZIERS		
Acceptez-vous que cette adresse soit rendue publique :    oui <input checked="" type="checkbox"/> non <input type="checkbox"/>		
Tél. 0467352040		Email de contact : bge.beziers@gmail.com

**B. CARACTERISTIQUES DE L'ORGANISME**

Le bilan pédagogique et financier porte sur l'activité de dispensateur de formation de l'organisme au cours du dernier exercice comptable clos :

**EXERCICE COMPTABLE DU 01/01/2017      AU 31/12/2017**

**C. BILAN FINANCIER HORS TAXES : ORIGINE DES PRODUITS DE L'ORGANISME**

Produits provenant :		
- des entreprises pour la formation de leurs salariés	1	0
- des organismes paritaires collecteurs ou gestionnaires des fonds de la formation :		
pour des formations dispensées dans le cadre des contrats de professionnalisation	a	0
pour des formations dispensées dans le cadre des congés individuels de formation	b	0
pour des formations dispensées dans le cadre du compte personnel de formation	c	0
pour des formations dispensées dans le cadre des dispositifs spécifiques pour les personnes en recherche d'emploi	d	64184
pour des formations dispensées dans le cadre d'autres dispositifs (plan de formation, périodes de professionnalisation, ...)	e	0
Total des produits provenant des organismes paritaires collecteurs ou gestionnaires des fonds de la formation (total des lignes a à e)	2	64184
- des fonds d'assurance formation de non-salariés	3	24750
- des pouvoirs publics pour la formation de leurs agents (Etat, collectivités territoriales, établissements publics à caractère administratif)	4	0
- des pouvoirs publics pour la formation de publics spécifiques :		
instances européennes	5	89450
Etat	6	92700
Conseils régionaux	7	158294
Pôle emploi	8	46164
Autres ressources publiques	9	362248
- de contrats conclus avec des personnes à titre individuel et à leurs frais	10	0
- de contrats conclus avec d'autres organismes de formation	11	0
Produits résultant de la vente d'outils pédagogiques	12	0
Autres produits au titre de la formation professionnelle continue	13	0
<b>TOTAL DES PRODUITS RÉALISÉS AU TITRE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE CONTINUE (total des lignes 1 à 13)</b>		<b>835790</b>
Part du chiffre d'affaires global réalisée dans le domaine de la formation professionnelle continue (en %) :		<b>88</b>

**D. BILAN FINANCIER HORS TAXES : CHARGES DE L'ORGANISME**

Total des charges de l'organisme liées à l'activité de formation :	905767
• dont Salaires des formateurs	397789
• dont Achats de prestation de formation et honoraires de formation	56440

**E. PERSONNES DISPENSANT DES HEURES DE FORMATION**

	Nombre	Nombre d'heures de formation dispensées
Personnes de votre organisme dispensant des heures de formation	12	6273
Personnes extérieures à votre organisme dispensant des heures de formation dans le cadre de contrats de sous-traitance	10	1103

**F. BILAN PÉDAGOGIQUE : STAGIAIRES BÉNÉFICIAIRE D'UNE FORMATION DISPENSÉE DIRECTEMENT PAR L'ORGANISME**

F - 1. TYPE DE STAGIAIRES DE L'ORGANISME		Nombre de stagiaires	Nombre total d'heures de formation suivies par l'ensemble des stagiaires
Salariés bénéficiant d'un financement par l'employeur, par un OPCA ou un OPACIF.....a		0	0
Personnes en recherche d'emploi bénéficiant d'un financement public.....b		2053	13942
Personnes en recherche d'emploi bénéficiant d'un financement OPCA.....c		51	1050
Particuliers à leurs propres frais .....d		0	0
Autres stagiaires .....e		28	616
<b>TOTAL (a + b + c + d + e) .....(1)</b>		<b>2132</b>	<b>15608</b>
F - 2. ACTIVITÉ EN PROPRE DE L'ORGANISME		Nombre de stagiaires	Nombre total d'heures de formation suivies par l'ensemble des stagiaires
Formés par votre organisme pour son propre compte .....a		2013	11771
Formés par votre organisme pour le compte d'un autre organisme .....b		119	3837
<b>TOTAL (a + b).....(2)</b>		<b>2132</b>	<b>15608</b>
F - 3. OBJECTIF GÉNÉRAL DES PRESTATIONS DISPENSÉES		Nombre de stagiaires	Nombre total d'heures de formation suivies par l'ensemble des stagiaires
Formations visant un diplôme ou un titre à finalité professionnelle (hors certificat de qualification professionnelle) Inscrit au Répertoire national des certifications professionnelles (RNCP).....a			
dont de niveau I et II (Licence, maîtrise, master, DEA, DESS, diplôme d'Ingénieur).....		0	0
dont de niveau III (BTS, DUT, écoles de formation sanitaire et sociale ....)		0	0
dont de niveau IV (BAC professionnel, BT, BP, BM...)		0	0
dont de niveau V (BEP, CAP ou CFP 1 <sup>er</sup> degré...)		0	0
Formations visant un certificat de qualification professionnelle (CQP).....b		0	0
Formations visant une certification et/ou une habilitation inscrite à l'inventaire de la CNCP.....c		0	0
Autres formations professionnelles continues.....d		2132	15608
Bilans de compétence.....e		0	0
Actions d'accompagnement à la validation des acquis de l'expérience.....f		0	0
<b>TOTAL (a + b + c + d + e + f) .....(3)</b>		<b>2132</b>	<b>15608</b>
F - 4. SPÉCIALITÉS DE FORMATION		Nombre de stagiaires	Nombre total d'heures de formation suivies par l'ensemble des stagiaires
Cinq principales spécialités de formation (indiquer la spécialité en clair)	Code		
Spécialités pluridisciplinaires, sciences humaines et droit	120	2132	15608
Comptabilité, gestion	314	0	0
Ressources humaines, gestion du personnel, gestion de l'emploi	315	0	0
Commerce, vente	312	0	0
Autres spécialités : .....		0	0
<b>TOTAL :.....(4)</b>		<b>2132</b>	<b>15608</b>

G. BILAN PÉDAGOGIQUE : STAGIAIRES DONT LA FORMATION A ÉTÉ CONFIEE A UN AUTRE ORGANISME DE FORMATION	Nombre de stagiaires	Nombre total d'heures de formation suivies par l'ensemble des stagiaires
Formations confiées par votre organisme à un autre organisme de formation :	107	3507

H. PERSONNE AYANT LA QUALITÉ DE DIRIGEANT	
Nom et prénom : <u>ESPAÑOL Michel</u>	Qualité (ex : travailleur indépendant, gérant, président...) : <u>Président</u>

À BEZIERS le 22/06/2018

Nom et qualité du signataire : Coutier Lucie, directrice

Tél. 04.67.35.20.40

Email : bge.coutier@gmail.com

Signature :



**BGE GRAND EST-PERROS**  
 ZI Le Capiscol - 57 rue Paul Langevin  
 34500-BEZIERS  
 Tél. : 04 67 35 20 40  
 SIREN 392 807 848 - APE 9499 Z



N° 10219\*11

Formulaire obligatoire (Article 261-4-4° a du Code général des impôts)



Cachet du service

exemplaire destiné à l'autorité administrative chargée de délivrer l'attestation

DEMANDE D'ATTESTATION AU TITRE D'ACTIVITES S'INSCRIVANT DANS LE CADRE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE CONTINUE

Les 3 premiers exemplaires sont à adresser par lettre recommandée avec accusé de réception à la Direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi (DIRECCTE) dont relève le demandeur (1) Le 4ème exemplaire est à conserver par l'organisme de formation.

**I - IDENTIFICATION DE L'ORGANISME DE FORMATION**

DENOMINATION ET ADRESSE: ASSOCIATION BGE GRAND BITERROIS ZONE INDUSTRIELLE DU CAPISCOL 5 RUE LANGEVIN 34500 BEZIERS

N° SIRET du principal établissement: 3 9 2 8 0 7 8 4 8 0 0 0 6 5

DESCRIPTION PRECISE DE L'ACTIVITE: Formation, accompagnement à la création reprise et transmission d'entreprise, test d'activité en couveuse d'entreprises sous contrat CAPE, Suivi post création

NUMERO DE DECLARATION D'ACTIVITE AU TITRE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE CONTINUE DU PRINCIPAL ETABLISSEMENT (ART. L 6351-1 DU CODE DU TRAVAIL): 9 1 3 4 0 6 0 0 7 3 4

OU DATE DE L'ARRETE D'AGREMENT POUR LES FONDS D'ASSURANCE FORMATION, LES ORGANISMES DE MUTUALISATION AGREES, LES ORGANISMES PARITAIRES AGREES AU TITRE DU CONGE INDIVIDUEL DE FORMATION ET LES ORGANISMES COLLECTEURS AGREES

LE SERVICE DES IMPOTS COMPETENT POUR L'ORGANISME DE FORMATION: Service des Impôts du Gironde - 9 Av. Verdier 34500 Beziers

ABEZIERS Le 08/04/2015 Nom et signature: Michel Espagnol, Président

DATE D'ACCUSÉ DE RÉCEPTION DE LA DEMANDE: 13 AVR. 2015

ATTESTATION DE L'AUTORITÉ ADMINISTRATIVE DONT RELEVÉ LA FORMATION PROFESSIONNELLE DISPENSÉE PAR LE DEMANDEUR

**ACCORD**

**Conséquences**

Le demandeur a souscrit une déclaration d'activités prévue à l'article L 6351-1 du code du travail (ou titulaire d'un agrément). Il est à jour de ses obligations de dépôt de bilans pédagogiques et formation professionnelle continue

A compter du jour de réception de la demande, le demandeur est exonéré de la taxe sur la valeur ajoutée (sans possibilité d'option) pour les opérations effectuées dans le cadre de la formation professionnelle continue sous réserve d'une part, du retrait de l'attestation en cas de caducité de la déclaration d'activité prévue à l'article L 6351-1 du code du travail ou du retrait de l'agrément par l'autorité administrative signataire de l'attestation (article 202 C de l'annexe II au code général des impôts), et d'autre part, de l'exercice ultérieur du droit de contrôle du service des impôts des entreprises (article 202 D de l'annexe II au même code)

**REFUS - MOTIFS :**

**Conséquences**

Dans cette situation, le demandeur est soumis à la taxe sur la valeur ajoutée dans les conditions habituelles.

Date: 14 AVR. 2015

Autorité signataire: [Signature]

Dès signature, un exemplaire de l'attestation est adressée par la Direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi (DIRECCTE) à la DRFIP ou DDFIP dont relève territorialement le demandeur, ainsi qu'au demandeur lui-même.

(1) Les fonds d'assurance formation, les organismes de mutualisation agréés, les organismes paritaires agréés au titre du conge individuel de formation et les organismes collecteurs agréés doivent adresser la demande d'attestation à l'autorité administrative qui a procédé à leur agrément ou à leur habilitation.

(2) La Direction des grandes entreprises, la direction départementale des finances publiques ou la direction régionale des finances publiques

Les dispositions des articles 39 et 40 de la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 relatives à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, modifiée par la loi n°2004-801 du 6 août 2004, garantissent les droits des personnes physiques à l'égard des traitements des données à caractère personnel.



IBAN : FR06 3000 1002 0643 3520 5000 394

Réception du lundi-mardi-jeudi- vendredi  
de 8h30 à 12h et de 13h30 à 16h  
et sur rendez-vous

Pour nous joindre

Identifiants : dossier : 642265  
siret : 392 807 848 00065  
Votre correspondant : M. Stéphane SOLAUX  
☎ 04 67 35 45 43 ☎ 04 67 35 45 23  
✉ sie.grand-beziers@dgfip.finances.gouv.fr

*La charte du contribuable : des relations entre l'administration fiscale et le contribuable basées sur les principes de simplicité, de respect et d'équité. Disponible sur [www.impots.gouv.fr](http://www.impots.gouv.fr) et auprès de votre service des impôts.*

## CERTIFICAT DE RÉGULARITÉ FISCALE

Redevable:

**ASS BGE GRAND BITERROIS  
ZI DU CAPISCOL  
5 RUE PAUL LANGEVIN  
34500 BEZIERS**

Le comptable public soussigné atteste que, au 14 mars 2019, le redevable ci-dessus référencé est à jour des obligations fiscales lui incombant à cette date (cases cochées) :

	Paiements	Déclarations
Taxe sur les salaires (TS)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Impôt sur les sociétés (IS)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

À Béziers, le 14 mars 2019

Pour le comptable,  
M. Stéphane SOLAUX,  
Contrôleur Principal

Stéphane SOLAUX  
Contrôleur Principal

A MONTPELLIER, le 18/10/2018

**POUR NOUS CONTACTER**

**Courriel:** <http://www.contact.urssaf.fr>  
**Tel.:** 3957

**RÉFÉRENCES**

**N°SIREN** 392807848

Page 1/2

**CADRE LÉGAL**

Article L.243-15 du code de la Sécurité sociale.

**CODE DE SÉCURITÉ**

KFSB9LH1MVHTKCA

La vérification de l'authenticité et de la validité de ce document s'effectue sur [www.urssaf.fr](http://www.urssaf.fr)

ASS BGE GRAND BITERROIS  
ZI DU CAPISCOL  
5 RUE PAUL LANGEVIN  
34500 BEZIERS

**OBJET : Attestation de fourniture des déclarations sociales et paiement des cotisations et contributions sociales.**

Madame, Monsieur,

Je vous adresse votre attestation de fourniture des déclarations sociales et de paiement des cotisations et contributions sociales.

En votre qualité d'employeur, cette attestation vous est délivrée pour les établissements dont la liste figure au verso.

J'attire votre attention sur le fait que ce document a été établi à partir de vos déclarations. Il ne préjuge pas de l'exactitude de ces déclarations et ne vaut pas renonciation au recouvrement d'éventuelles créances.

La validité de cette attestation et le détail des informations contenues doivent être contrôlés par votre cocontractant.

Pour tout renseignement complémentaire, n'hésitez pas à prendre contact avec nos conseillers Urssaf.

Cordialement,  
Le Directeur



**Franck Barbe**

### CODE DE SÉCURITÉ

KFSB9LH1MVHTKCA

La vérification de l'authenticité et de la validité de ce document s'effectue sur [www.urssaf.fr](http://www.urssaf.fr)

ASS BGE GRAND BITERROIS  
 ZI DU CAPISCOL  
 5 RUE PAUL LANGEVIN  
 34500 BEZIERS

En votre qualité d'employeur, la présente attestation de fourniture des déclarations et de paiement des cotisations de Sécurité sociale et d'allocations familiales, de contributions d'assurance chômage et de cotisations AGS, vous est délivrée :

- pour un effectif de 12 salariés,
- pour une masse salariale de 26605 euros,
- au titre du mois de septembre 2018,
- et au titre du (des) établissement(s) suivant(s) :

ÉTABLISSEMENTS CONCERNÉS		NUMÉRO SIRET
ZI DU CAPISCOL 5 RUE PAUL LANGEVIN	34500 BEZIERS	39280784800065
BOUTIQUE GESTION BASSIN DE THAU 7 RUE DE LA SAVONNERIE	34200 SETE	39280784800040

### ATTESTATION DE L'UNION DE RECOUVREMENT

La présente attestation ne préjuge pas de l'exactitude des bases sur lesquelles elle a été établie et ne vaut pas renonciation au recouvrement des éventuelles créances contestées.

Le Directeur soussigné certifie qu'au titre du (des) établissement(s) ci-dessus désigné(s), l'entreprise est à jour de ses obligations en matière de cotisations de Sécurité sociale et d'allocations familiales, de contributions d'assurance chômage et de cotisations AGS\* à la date du 30/09/2018.

Fait à : MONTPELLIER  
 le : 18/10/2018

Le Directeur  
 ou son délégué



**Franck Barbe**

\* Cette attestation concerne les contributions d'assurance chômage et cotisations AGS dues au titre des rémunérations versées à compter du 1er janvier 2011. Pour les périodes antérieures à cette date, il convient de se rapprocher de Pôle Emploi.



**JEROME URBAIN**

Agent Général

LE CARRE D HORT BT A 2E ETAGE

62 AVENUE JEAN MOULIN

34500 BEZIERS

Tél. : 04.67.35.00.45

Fax : 04.67.76.38.74

Code ORIAS : 07014479

Email : beziers-cite@gan.fr

**ATTESTATION D'ASSURANCE**

Je soussigné, Monsieur JEROME URBAIN, **Agent Général du GAN**  
LE CARRE D HORT BT A 2E ETAGE - 62 AVENUE JEAN MOULIN - 34500 BEZIERS  
atteste **au nom du GAN**, que :

**BGE GRANDS BITTEROIS**

demeurant : 5 RUE PAUL LANGEVIN – 34500 BEZIERS

est assuré **pour la période du 01/01/2019 au 31/12/2019**

par un contrat MRPL numéro 131656691 pour le local situé 5 rue Paul Langevin 34500 BEZIERS et  
par le contrat MRPL n° 141308763 pour le local situé 14 Quai du Pavois d'Or 34200 SETE.

Fait à BEZIERS, le vendredi 15 mars 2019 pour servir et valoir ce que de droit

**JEROME URBAIN**

Agent Général

Le Carre d'Hort - Bât A 2<sup>ème</sup> étage

62, av. Jean Moulin - 34500 BEZIERS

Tel. 04 67 35 00 45 - Fax 04 67 76 38 74

beziers-cite@gan.fr

N.B. : Cette attestation ne constitue qu'une présomption de garantie et ne peut engager le GAN  
en dehors des limites précisées par les clauses et conditions du contrat d'assurance  
auxquelles elle se réfère.

BGE GRAND BITERROIS  
5 RUE PAUL LANGEVIN  
34500 BEZIERS

## Attestation d'assurance Convergence Responsabilité civile

Période du 01/01/2019 au 31/12/2019

> **Assuré** : 139083/C - BGE GRAND BITERROIS 5 RUE PAUL LANGEVIN 34500 BEZIERS

Au titre du contrat Convergence Responsabilité civile N° 7013-0001, SMACL Assurances certifie garantir les conséquences pécuniaires de la responsabilité encourue par l'assuré du fait de ses activités. Cette assurance s'applique tant à l'égard des tiers en général qu'envers les propriétaires des locaux utilisés occasionnellement, pour les dommages d'incendie, d'explosion, de dégâts des eaux et de bris de glace.

### > Montant des garanties

Les garanties s'exercent tous dommages confondus (corporels, matériels et immatériels) à concurrence de **8 000 000 €** par sinistre sans pouvoir excéder les sous-limitations prévues au contrat et notamment:

Garanties	Montants
Dommages matériels	3 000 000 €
Locaux occasionnels d'activité	350 000 €
Défense et recours	16 000 €

La présente attestation d'assurance est délivrée pour servir et valoir ce que de droit, sous réserve des dispositions contractuelles, et notamment celles concernant la suspension de la garantie ou la résiliation anticipée prévue au contrat.  
Elle n'implique qu'une simple présomption de garantie de SMACL Assurances.

Niort, le 20 décembre 2018  
Pour SMACL Assurances,



Grégory GIRAUD

## CRITERE 6.1 CAPACITE A PRODUIRE DES EVALUATIONS AUPRES DES STAGIAIRES

FICHE EVALUATION  
D'UNE FORMATION

Votre avis sur le stage auquel vous venez de participer nous intéresse.  
Il nous aidera à maintenir la qualité des actions de formation  
Merci de répondre aux questions  
en entourant votre appréciation

---	--	-	+	++	+++
-----	----	---	---	----	-----

Nom :

Prénom :

Nom de l'intervenant :

Date et lieu de la formation :

1 – Quels étaient vos objectifs professionnels motivant votre participation à ce stage ?

- Remise à niveau
- Evolution des méthodes de travail
- Préparation d'une nouvelle action dans mon entreprise
- Acquisition de compétences spécifiques

2) Le stage était-il en adéquation avec vos objectifs ? Si non précisez	<table border="1"> <tr> <td>---</td> <td>--</td> <td>-</td> <td>+</td> <td>++</td> <td>+++</td> </tr> </table>	---	--	-	+	++	+++
---	--	-	+	++	+++		
3) Le contenu du stage était-il conforme au programme annoncé ? Si non précisez	<table border="1"> <tr> <td>---</td> <td>--</td> <td>-</td> <td>+</td> <td>++</td> <td>+++</td> </tr> </table>	---	--	-	+	++	+++
---	--	-	+	++	+++		
4) Le niveau des autres participants vous a-t-il semblé homogène ? Si non précisez	<table border="1"> <tr> <td>---</td> <td>--</td> <td>-</td> <td>+</td> <td>++</td> <td>+++</td> </tr> </table>	---	--	-	+	++	+++
---	--	-	+	++	+++		

5) Le rythme du stage était-il suffisant ? Si non précisez	<table border="1"> <tr> <td>---</td> <td>--</td> <td>-</td> <td>+</td> <td>++</td> <td>+++</td> </tr> </table>	---	--	-	+	++	+++
---	--	-	+	++	+++		
6) L'intervenant possédait-il les capacités d'animation adaptées ? Si non précisez	<table border="1"> <tr> <td>---</td> <td>--</td> <td>-</td> <td>+</td> <td>++</td> <td>+++</td> </tr> </table>	---	--	-	+	++	+++
---	--	-	+	++	+++		
7) L'intervenant avait-il les compétences techniques essentielles pour le stage ? Si non précisez	<table border="1"> <tr> <td>---</td> <td>--</td> <td>-</td> <td>+</td> <td>++</td> <td>+++</td> </tr> </table>	---	--	-	+	++	+++
---	--	-	+	++	+++		
8) Les méthodes pédagogiques et les supports remis vous ont-ils facilité l'acquisition du contenu du stage ? Si non précisez	<table border="1"> <tr> <td>---</td> <td>--</td> <td>-</td> <td>+</td> <td>++</td> <td>+++</td> </tr> </table>	---	--	-	+	++	+++
---	--	-	+	++	+++		
9) L'organisation matérielle du stage (accueil, locaux et salle,) étaient-elles satisfaisantes ? Si non précisez	<table border="1"> <tr> <td>---</td> <td>--</td> <td>-</td> <td>+</td> <td>++</td> <td>+++</td> </tr> </table>	---	--	-	+	++	+++
---	--	-	+	++	+++		
10) Le stage a-t-il répondu à vos objectifs professionnels ? Si non précisez	<table border="1"> <tr> <td>---</td> <td>--</td> <td>-</td> <td>+</td> <td>++</td> <td>+++</td> </tr> </table>	---	--	-	+	++	+++
---	--	-	+	++	+++		
11) Pensez-vous pouvoir mettre immédiatement en pratique les acquis de ce stage ? Si non précisez	<table border="1"> <tr> <td>---</td> <td>--</td> <td>-</td> <td>+</td> <td>++</td> <td>+++</td> </tr> </table>	---	--	-	+	++	+++
---	--	-	+	++	+++		
Signature du stagiaire							
Date							



## GRILLE D'ÉVALUATION À FROID

Stagiaire : [Nom, Prénom]

Intitulé de la formation : .....

Qui s'est déroulée du : JJ/MM/AAAA au JJ/MM/AAAA

Lieux : .....

.

Intervenant(s) : [Nom(s), Prénom(s)]

### LES RÉSULTATS DE LA FORMATION

A l'issue de cette formation, considérez-vous que cette formation vous a permis de :

Prendre confiance en vous	Oui	Non
Faciliter votre quotidien	Oui	Non
Améliorer la qualité ou l'efficacité de votre travail	Oui	Non
Vous perfectionner dans un domaine que vous connaissez déjà	Oui	Non
Développer de nouvelles compétences	Oui	Non

Autres, précisez : .....

### VOTRE SATISFACTION

Cochez une valeur en fonction de votre appréciation

(1 = non, pas du tout, 2 = non, pas vraiment, 3 = oui, en partie, 4 = oui, tout à fait)

La formation a-t-elle répondu à vos attentes initiales ?	1	2	3	4
Pensez-vous avoir atteint les objectifs pédagogiques prévus lors de la formation ?	1	2	3	4
Estimez-vous que la formation était en adéquation avec le métier ou les réalités du secteur ?	1	2	3	4
Recommanderiez-vous ce stage à une personne exerçant le même métier que vous ?	1	2	3	4
Utilisez-vous les connaissances acquises lors de la formation ?	1	2	3	4

Quels éléments avez-vous le plus appréciés ?	Quels éléments avez-vous le moins appréciés ?

Remarques :

Date et signature ( si par tel écrire réponses obtenues par téléphone)



# Référencement et e-réputation

« Si vous avez un peu de patience, vous découvrirez qu'on peut utiliser les immenses ressources du Web pour perdre son temps avec une efficacité que vous n'aviez jamais osé imaginer ».

[Dave Barry](#)

# Bonjour !!!



Mathieu GABAUDAN

PMO

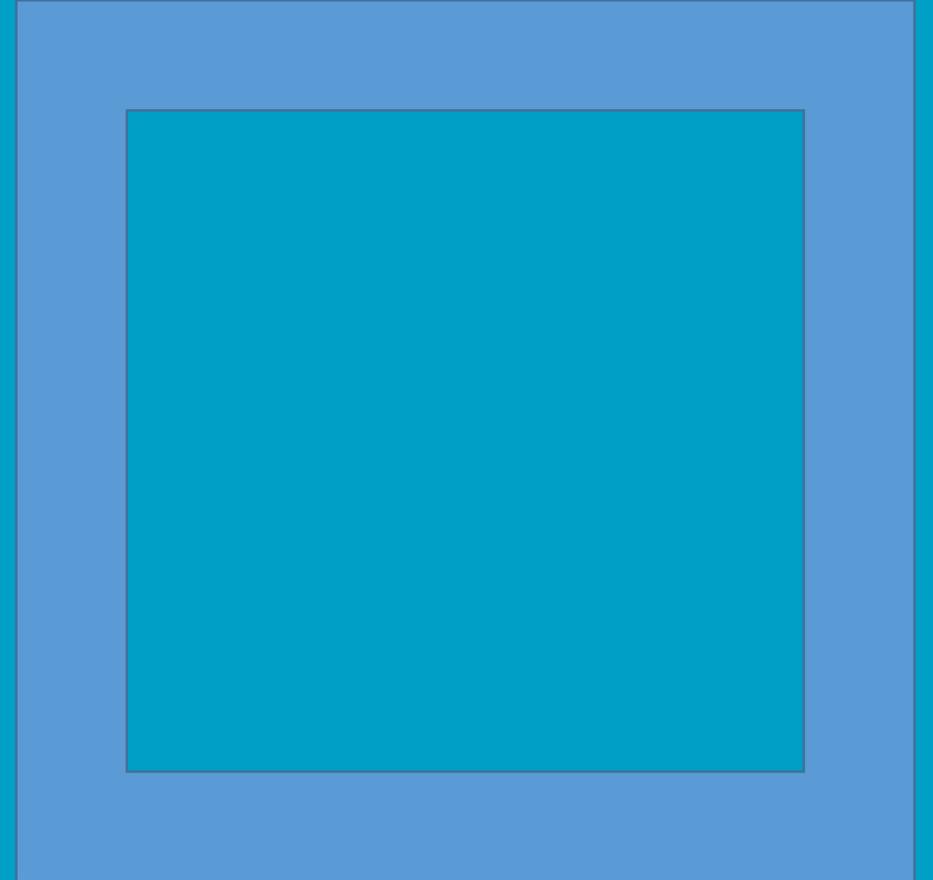
2 ans dans l'accompagnement de startups

Fondateur Mycast.mobi

Consultant formateur

Associé dans un OF

Aider les organisations et les Hommes à se développer





# Domaines de compétences

- Création d'entreprise
- Startup
- Réseaux sociaux
- Web
- Mobile
- Growthaking
- Evènementiel
- Marketing
- Gestion projet
- Management et leadership
- Humain



Qu'attendez vous de cette formation?



# Plan

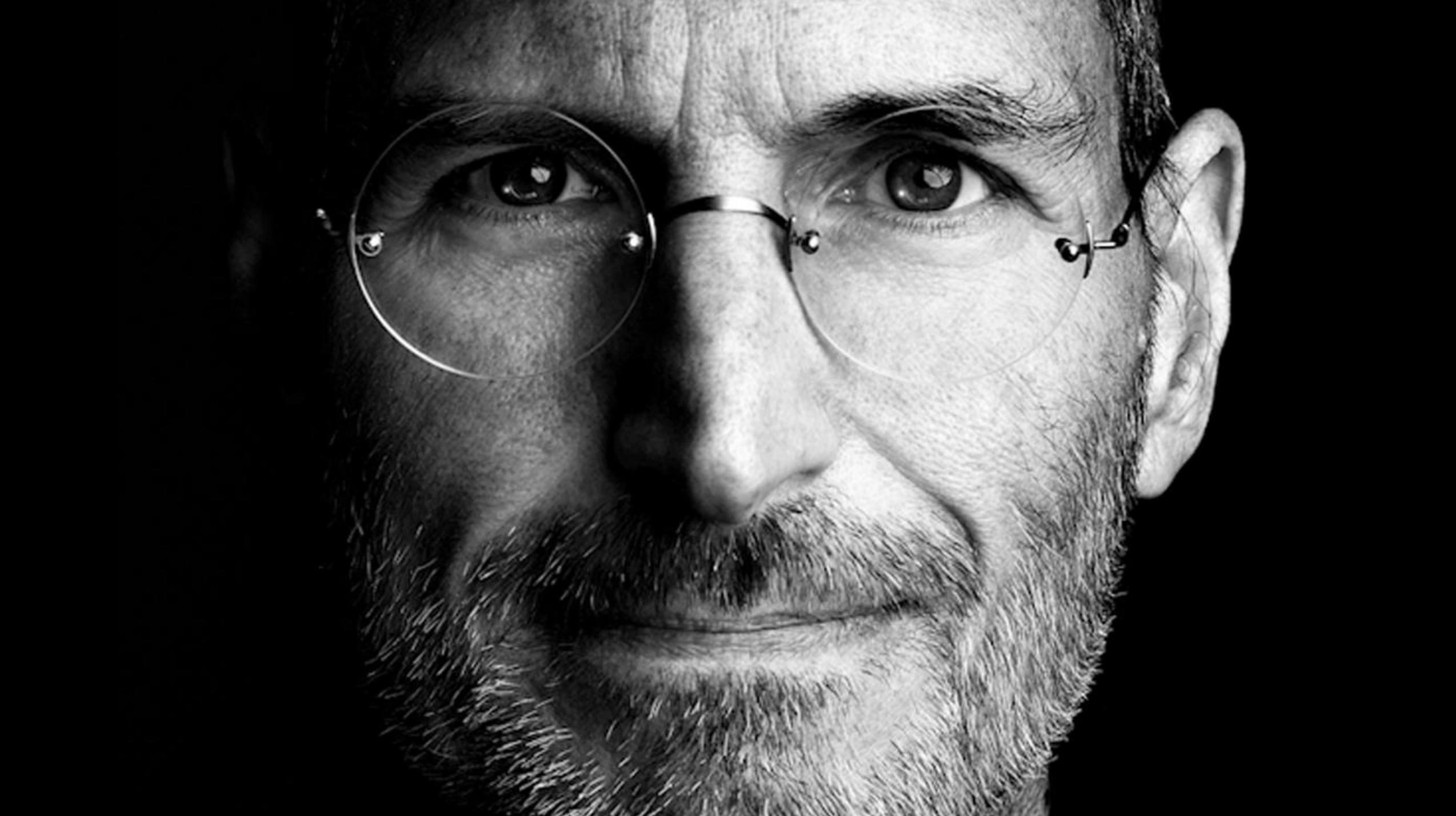
## Référencement

1. Référencement naturel ou gratuit
2. A/B Testing
3. Référencement payant
4. Création et développement de site internet

## e-réputation

1. Google, aides moi à développer mon business
2. Optimiser sa présence sur les réseaux sociaux
3. Et ça me rapporte quoi tout ça?







Google

# Google

En quelques chiffres



C'est le nombre de pages crawlées par Google chaque jour



C'est le nombre de français qui utilise Google  
(Contre 76% US)



C'est le nombre de visiteurs uniques chaque mois en France



C'est le pourcentage de requêtes inédites effectuées sur Google





16% des recherches, soit 500 millions,  
n'ont jamais été vues auparavant par le  
moteur de recherche



Google parcourt 20 milliards de sites web par jour en quête de nouvelles données à transformer en résultats.



# C'est quoi au juste?

L'é-réputation,  
web-réputation,  
cyber-réputation,  
réputation numérique,  
sur le web,  
Internet ou  
en ligne,

est la réputation, **l'opinion commune** (informations, avis, échanges, commentaires, rumeurs...) **sur le web d'une entité** (marque, personne physique ou morale), **réelle** (représenté par un nom ou un pseudo) **ou imaginaire**.

Elle correspond à l'identité de cette marque ou de cette personne associé à la perception que les internautes s'en font.

# Chronologie de l'E-réputation



Internet fait naître **vo**tre **ident**ité digitale.

90s

Prise de conscience qu'il faut **la protéger**.



vankсен



Naissance du terme **E-réputation** par Chun & Davies.

2001

L'E-réputation fait ses **débuts**. Des entreprises spécialisées se développent.



L'E-réputation devient un « **Buzzword** ».

2007 - 2011

La **demande des marques s'accroît** et l'offre se **structure**, l'E-réputation s'inscrit dans les consciences.



Le « **Monitoring** » devient le nouveau Buzzword, témoignage de l'évolution du concept en **véritable expertise** de gestion de l'E-réputation.

2012 - 2014

**Evolution constante** des médias sociaux et donc de l'E-réputation...



# E-réputation



Influence des conversations  
digitales sur l'image de marque  
ou d'une personne





# Influence

polarité (positive, négative, neutre)

quantité et fréquence

portée et support



# Des conversations digitales



Ensemble des mentions sur le Web  
par les internautes

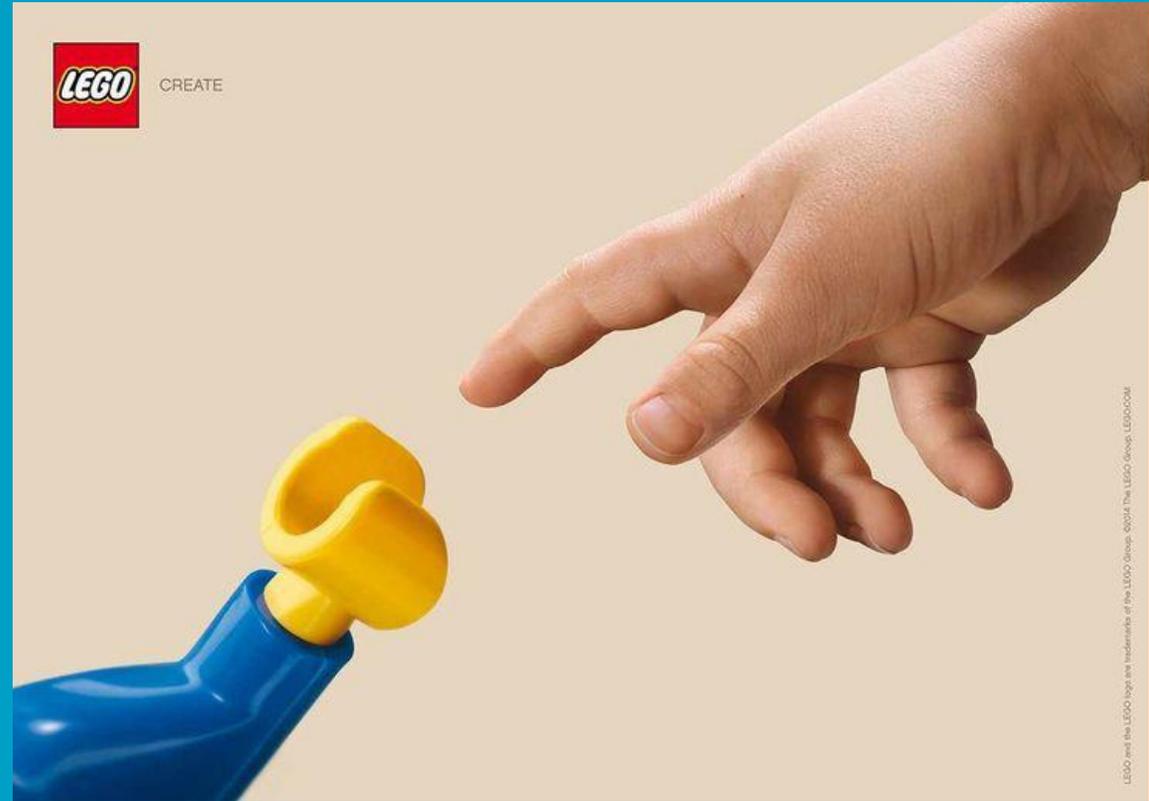
(clients, prospect, parties prenantes)



# Sur l'image



online et offline



il n'y a plus de frontière entre les deux

# Notoriété, image, réputation...





# Notoriété

La notoriété, fondée sur les messages émis par la marque, mesure si elle est connue ou pas par ces publics.

Peut être spontané ou assisté

Résulte essentiellement du ou des messages contenus émis par la marque ou ses caractéristiques produits...

Spontané...



Meilleure marque de tablette  
tactile au monde?



# Assisté

« Parmi ces marques, quelles sont les marques que vous connaissez? »

**DECATHLON**

**KIABI**  
la mode à petits prix

**ZARA**

**H&M**

**LOOM**

# Image



Réflexion de la notoriété

Fondée sur la réaction des clients au message de la marque à la qualité des produits.

Critères objectifs (images produits haut de gamme à prix élevé) ou subjectif.

Influence directement les ventes et permet des prix plus élevés lorsque les positives

# RÉPUTATION

CE QUE L'ON DIT  
SUR VOUS...  
SANS VOUS





# Réputation

La réputation d'entreprise ou d'une marque résulte de :

**l'opinion qu'on en a X par sa notoriété**

Plus une entreprise est connue plus le risque réputation elle est élevée en cas de crise.

critères objectifs et subjectifs liés à la fois à l'action de la marque mais surtout aux perceptions des consommateurs.



# E-réputation

La e-réputation ne doit pas être considéré comme simple prolongement de la réputation sur Internet, ni comme le « volet numérique » de la réputation d'une marque d'une entreprise

L'e-réputation fait partie de la réputation et possède ses propres caractéristiques qui en font un élément crucial pour le meilleur et pour le pire...

# RÉPUTATION

VS

# E-RÉPUTATION



Temps long,  
élaboration lente



Temps de plus en plus court,  
immédiateté

Propagation par le bouche à  
oreille



Dissémination instantanée par  
la viralité des réseaux sociaux

Portée géographique plus  
limitée



Forte portée, large diffusion

Formation par les médias  
« traditionnels » et l'expérience  
de marque



Multiple canaux d'information,  
médias online et influenceurs,  
diffuseurs...



## RÉPUTATION

VS

## E-RÉPUTATION

Registre de la rumeur et de l'oralité, peu de traces



Registre de la preuve et de l'écrit, traces permanentes

Consommateur plus passifs



Consom'acteur très informé et participatif, qui influe directement

Plus difficile à mesurer  
(enquêtes quali voire quanti)



Nombreux indicateurs mesurables et outils de veille en temps réel



# Plan

## Référencement

1. **Référencement naturel ou gratuit**
2. A/B Testing
3. Référencement payant
4. Création et développement de site internet

## e-réputation

1. Google, aides moi à développer mon business
2. Optimiser sa présence sur les réseaux sociaux
3. Et ça me rapporte quoi tout ça?



Le SEARCH  
ENGINE  
Marketing

Une définition?

# Le SEARCH ENGINE marketing

## *Le référencement naturel et les liens sponsorisés*



### Les objectifs

- Augmenter la notoriété
- Développer la fréquentation du site
- Augmenter la visibilité sur les moteurs de recherche
- Utiliser un nouveau canal de communication et de prospection



# En toute simplicité

Payant

SEA

Gratuit

SEO



# Le référencement payant SE Advertising

OBJECTIF : apparaître ici ou ici

vacances alpes

Rechercher

Recherche instantanée activée  
SafeSearch désactivé

Environ 18 100 000 résultats (0,12 secondes)

Recherche avancée

**Tout**  
Images  
Vidéos  
Actualités  
Shopping  
Plus

**Lyon**  
Changer le lieu

**Le Web**  
Pages en français  
Pays : France  
Pages en langue étrangère traduites  
Plus d'outils

**Vacances au Ski aux Alpes** Annonces  
Jusque -30% de Réduction pour vos **Vacances** au Ski dans les **Alpes** !  
[odalys-vacances.com/Ski-Alpes](http://odalys-vacances.com/Ski-Alpes)

**Alpes**  
Alpes - 97 Tarifs dégriffés sur lastminute.com  
[www.lastminute.com/Alpes](http://www.lastminute.com/Alpes)

**Vacances dans les Alpes - Ski en famille dans les Alpes.**  
A partir de 350 € la semaine !  
[www.pierreetvacances.com/alpes](http://www.pierreetvacances.com/alpes)

**Hautes Alpes : Montagne, Tourisme, Stations de Ski, Séjour ...** - 2 visites -  
18/02/10  
Des **vacances** inoubliables dans les Hautes-Alpes, une ambiance magique pour des séjours à la montagne plein de sensations. Ski alpin, ski de fond ou plaisirs ...  
Hébergements - Ski & Neige - Alpes randonnée - Visites & Loisirs  
[www.hautes-alpes.net/](http://www.hautes-alpes.net/) - En cache

**Réservation Hautes-Alpes - Offres séjour, week-end, vacances à la ...**  
Le comité a rassemblé une sélection de séjours issus des professionnels du département bénéficiant d'une autorisation administrative de commercialisation.  
[www.alpes.fr/](http://www.alpes.fr/) - En cache - Pages similaires

**Location Appartement Alpes**  
A deux pas des Portes du Soleil  
Découvrez nos Formules Tout Compr  
[www.valleedaulps.com](http://www.valleedaulps.com)

**Week End Montagne Alpes**  
Un week-end alliant détente et ski en louant un chalet. Réservez vite  
[www.france-montagnes.com/Alpes](http://www.france-montagnes.com/Alpes)

**Vacances en Camping**  
Réservez maintenant  
Profitez des meilleures offres  
[www.campeole.com](http://www.campeole.com)

**Vacances aux Alpes**  
Appartements, chalets, gîtes  
Découvrez nos offres 1ère minute  
[vacancesalpes.fr.ask.com](http://vacancesalpes.fr.ask.com)

**Location Chalets Alpes**  
Luxueux Appartements sur les pistes  
Chalets Avec Piscine & Sauna ici!  
[www.chalet-altitude.com/](http://www.chalet-altitude.com/)

# Le référencement naturel SE Optimisation



OBJECTIF : apparaître ici



vacances alpes



Rechercher

Recherche instantanée activée ▾

SafeSearch désactivé ▾

Environ 18 100 000 résultats (0,12 secondes)

Recherche avancée

- Tout
- Images
- Vidéos
- Actualités
- Shopping
- Plus

Lyon  
Changer le lieu

Le Web  
Pages en français  
Pays : France  
Pages en langue étrangère traduites

Plus d'outils

## ▶ [Vacances au Ski aux Alpes](#)

Annonces

Jusque -30% de Réduction pour vos **Vacances** au Ski dans les **Alpes** !  
[odalys-vacances.com/Ski-Alpes](http://odalys-vacances.com/Ski-Alpes)

### [Alpes](#)

**Alpes** - 97 Tarifs dégriffés sur lastminute.com  
[www.lastminute.com/Alpes](http://www.lastminute.com/Alpes)

### [Vacances dans les Alpes - Ski en famille dans les Alpes.](#)

A partir de 350 € la semaine !  
[www.pierreetvacances.com/alpes](http://www.pierreetvacances.com/alpes)



[Hautes Alpes : Montagne, Tourisme, Stations de Ski, Séjour...](#) 🔍 - 2 visites - 18/02/10

Des **vacances** inoubliables dans les Hautes-**Alpes**, une ambiance magique pour des séjours à la montagne plein de sensations. Ski alpin, ski de fond ou plaisirs ...  
[Hébergements - Ski & Neige - Alpes randonnée - Visites & Loisirs](#)  
[www.hautes-alpes.net/](http://www.hautes-alpes.net/) - En cache



[Réservation Hautes-Alpes - Offres séjour, week-end, vacances à la ...](#) 🔍

Le comité a rassemblé une sélection de séjours issus des professionnels du département bénéficiant d'une autorisation administrative de commercialisation.  
[www.alpes.fr/](http://www.alpes.fr/) - En cache - Pages similaires

Annonces

### [Location Appartement Alpes](#)

A deux pas des Portes du Soleil  
Découvrez nos Formules Tout Compris  
[www.valleedaulps.com](http://www.valleedaulps.com)

### [Week End Montagne Alpes](#)

Un week-end alliant détente et ski en louant un chalet. Réservez vite  
[www.france-montagnes.com/Alpes](http://www.france-montagnes.com/Alpes)

### [Vacances en Camping](#)

Réservez maintenant  
Profitez des meilleures offres  
[www.campeole.com](http://www.campeole.com)

### [Vacances aux Alpes](#)

Appartements, chalets, gîtes  
Découvrez nos offres 1ère minute  
[vacancesalpes.fr.ask.com](http://vacancesalpes.fr.ask.com)

### [Location Chalets Alpes](#)

Luxeux Appartements sur les pistes  
Chalets Avec Piscine & Sauna icil  
[www.chalet-altitude.com/](http://www.chalet-altitude.com/)

Prenons de la hauteur



# Les trois étapes d'une bonne stratégie web



PRESENCE

Etre présent sur internet



VISIBILITE

Mettre son site et ses pages en avant

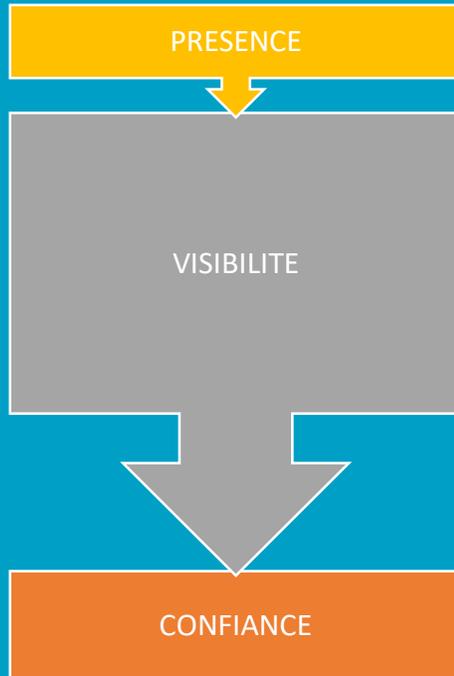


CONFIANCE

Mettre en place une vraie relation avec les internautes



# Les 6 leviers du webmarketing



1. Le référencement naturel (SEO)
2. Le référencement payant (SEM)
3. L'e-publicité
4. L'affiliation
5. L'e-mailing
6. Les réseaux sociaux (SMO)

# Plan



1. **Référencement naturel ou gratuit**
2. A/B Testing
3. Référencement payant
4. Création et développement de site internet



# Le référencement naturel (SEO)

OBJECTIF : apparaître ici



vacances alpes



Rechercher

Recherche instantanée activée ▾

SafeSearch désactivé ▾

Environ 18 100 000 résultats (0,12 secondes)

Recherche avancée

- Tout
- Images
- Vidéos
- Actualités
- Shopping
- Plus

Lyon  
Changer le lieu

Le Web  
Pages en français  
Pays : France  
Pages en langue étrangère traduites

Plus d'outils

## ▶ [Vacances au Ski aux Alpes](#)

Annonces

Jusque -30% de Réduction pour vos **Vacances** au Ski dans les **Alpes** !  
[odalys-vacances.com/Ski-Alpes](http://odalys-vacances.com/Ski-Alpes)

### [Alpes](#)

**Alpes** - 97 Tarifs dégriffés sur lastminute.com  
[www.lastminute.com/Alpes](http://www.lastminute.com/Alpes)

### [Vacances dans les Alpes - Ski en famille dans les Alpes.](#)

A partir de 350 € la semaine !  
[www.pierreetvacances.com/alpes](http://www.pierreetvacances.com/alpes)



[Hautes Alpes : Montagne, Tourisme, Stations de Ski, Séjour...](#) 🔍 - 2 visites - 18/02/10

Des **vacances** inoubliables dans les Hautes-**Alpes**, une ambiance magique pour des séjours à la montagne plein de sensations. Ski alpin, ski de fond ou plaisirs ...  
[Hébergements - Ski & Neige - Alpes randonnée - Visites & Loisirs](#)  
[www.hautes-alpes.net/](http://www.hautes-alpes.net/) - En cache



[Réservation Hautes-Alpes - Offres séjour, week-end, vacances à la ...](#) 🔍

Le comité a rassemblé une sélection de séjours issus des professionnels du département bénéficiant d'une autorisation administrative de commercialisation.  
[www.alpes.fr/](http://www.alpes.fr/) - En cache - Pages similaires

Annonces

### [Location Appartement Alpes](#)

A deux pas des Portes du Soleil  
Découvrez nos Formules Tout Compris  
[www.valleedaulps.com](http://www.valleedaulps.com)

### [Week End Montagne Alpes](#)

Un week-end alliant détente et ski en louant un chalet. Réservez vite  
[www.france-montagnes.com/Alpes](http://www.france-montagnes.com/Alpes)

### [Vacances en Camping](#)

Réservez maintenant  
Profitez des meilleures offres  
[www.campeole.com](http://www.campeole.com)

### [Vacances aux Alpes](#)

Appartements, chalets, gîtes  
Découvrez nos offres 1ère minute  
[vacancesalpes.fr.ask.com](http://vacancesalpes.fr.ask.com)

### [Location Chalets Alpes](#)

Luxeux Appartements sur les pistes  
Chalets Avec Piscine & Sauna ici!  
[www.chalet-altitude.com/](http://www.chalet-altitude.com/)



Search Engine Optimization =  
Référencement naturel/organique

Le SEO consiste à positionner un site web dans les résultats organiques des moteurs de recherche sur des mots-clés donnés.



# Comment fait on pour apparaitre ic?



vacances alpes



Rechercher

Recherche instantanée activée ▾

SafeSearch désactivé ▾

Environ 18 100 000 résultats (0,12 secondes)

Recherche avancée

- Tout
- Images
- Vidéos
- Actualités
- Shopping
- Plus

Lyon  
Changer le lieu

Le Web  
Pages en français  
Pays : France  
Pages en langue étrangère traduites

Plus d'outils

## ▶ [Vacances au Ski aux Alpes](#)

Annonces

Jusque -30% de Réduction pour vos **Vacances** au Ski dans les **Alpes** !  
[odalys-vacances.com/Ski-Alpes](http://odalys-vacances.com/Ski-Alpes)

### [Alpes](#)

**Alpes** - 97 Tarifs dégriffés sur lastminute.com  
[www.lastminute.com/Alpes](http://www.lastminute.com/Alpes)

### [Vacances dans les Alpes - Ski en famille dans les Alpes.](#)

A partir de 350 € la semaine !  
[www.pierreetvacances.com/alpes](http://www.pierreetvacances.com/alpes)



[Hautes Alpes : Montagne, Tourisme, Stations de Ski, Séjour...](#) 🔍 - 2 visites - 18/02/10

Des **vacances** inoubliables dans les Hautes-**Alpes**, une ambiance magique pour des séjours à la montagne plein de sensations. Ski alpin, ski de fond ou plaisirs ...  
[Hébergements](#) - [Ski & Neige](#) - [Alpes randonnée](#) - [Visites & Loisirs](#)  
[www.hautes-alpes.net/](http://www.hautes-alpes.net/) - En cache



[Réservation Hautes-Alpes - Offres séjour, week-end, vacances à la ...](#) 🔍

Le comité a rassemblé une sélection de séjours issus des professionnels du département bénéficiant d'une autorisation administrative de commercialisation.  
[www.alpes.fr/](http://www.alpes.fr/) - En cache - Pages similaires

Annonces

### [Location Appartement Alpes](#)

A deux pas des Portes du Soleil  
Découvrez nos Formules Tout Compris  
[www.valleedaulps.com](http://www.valleedaulps.com)

### [Week End Montagne Alpes](#)

Un week-end alliant détente et ski en louant un chalet. Réservez vite  
[www.france-montagnes.com/Alpes](http://www.france-montagnes.com/Alpes)

### [Vacances en Camping](#)

Réservez maintenant  
Profitez des meilleures offres  
[www.campeole.com](http://www.campeole.com)

### [Vacances aux Alpes](#)

Appartements, chalets, gîtes  
Découvrez nos offres 1ère minute  
[vacancesalpes.fr.ask.com](http://vacancesalpes.fr.ask.com)

### [Location Chalets Alpes](#)

Luxeux Appartements sur les pistes  
Chalets Avec Piscine & Sauna ici!  
[www.chalet-altitude.com/](http://www.chalet-altitude.com/)



**Je veux être premier sur Google**

!AH AH



Quoi que...



ARTOURLOUNG...

# Je suis hotelier a Paris et je veux etre le premier le sur google quand on rentre « hôtel paris » dans la barre de recherche



Google hotel paris Mathieu

Web Maps Shopping Images Actualités Plus Outils de recherche

Environ 371 000 000 résultats (0,46 secondes)

### 3500 Hôtels à Paris - Hôtels à moitié prix - booking.com

**Annonce** [www.booking.com/Paris-Hotels](http://www.booking.com/Paris-Hotels)  
4,5 ★★★★★ avis sur booking.com  
Réservez votre hôtel en ligne.  
Annulation gratuite · Service Clients 24/7 · Commentaires réels  
Booking.com a 4 284 093 abonnés sur Google+  
Promos & Offres Spéciales   Réservez Maintenant  
Meilleur Tarif Garanti   Sans frais de réservation

### Hôtel pas cher à Paris - Réservez tôt et Economisez -25%

**Annonce** [www.ibis.com/Paris](http://www.ibis.com/Paris)  
Ibis.com: Votre Séjour à Petit Prix  
Réservation en ligne - Plus de 1800 hôtels - Design - Confort  
Ibis a 961 abonnés sur Google+  
Hôtels ibis - Carte ibis Business - Hôtels ibis budget - Hôtels ibis Styles

### 2590 Hôtels Paris dès 25€ - trivago.fr

**Annonce** [www.trivago.fr/Hotel-Paris](http://www.trivago.fr/Hotel-Paris)  
trivago™ Hôtels Paris jusqu'à -78%. Hôtels à Paris de 25€ à 180€ /nuit!  
Bonnes Affaires - N°1 Comparateurs - 100% Satisfait - Support Client  
Le site qui permet de trouver les meilleurs tarifs - Le Figaro  
trivago a 77 676 abonnés sur Google+  
Hôtels Louvre - Hôtel 3 étoiles dès - Hôtels Tour Eiffel - Hôtel 4 étoiles dès

### Hôtels à Paris

**Announces**  
[www.accorhotels.com/Paris](http://www.accorhotels.com/Paris)  
3,7 ★★★★★ avis sur accorhotels.com  
ibis, Mercure, Novotel, Sofitel.  
La Garantie du Meilleur Prix !

### Hôtels Paris - Hotels.com

[www.hotels.com/Paris-Hotel](http://www.hotels.com/Paris-Hotel)  
4,4 ★★★★★ avis sur hotels.com  
Votre hôtel à Paris dès 51 €.  
Réservez en ligne un hôtel à Paris.

### Hôtels Kyriad Paris

[www.kyriad.com/Hotels-Paris](http://www.kyriad.com/Hotels-Paris)  
Votre Nuit d'Hôtel à partir de 45€.  
Réservez une Chambre Maintenant !

### Hôtels Paris dès 41€

[www.voyages-sncf.com/Hotels-Paris](http://www.voyages-sncf.com/Hotels-Paris)  
3,7 ★★★★★ avis sur voyages-sncf.com  
Hotels à Paris Jusqu'à -50%.  
Réservez sur Voyages-sncf.com.

### Hôtels à Paris dès 26€

[www.venerem.com/hotels/Paris](http://www.venerem.com/hotels/Paris)  
Plus de 1222 Hôtels à Paris.  
Prix ultra-négociés jusqu'à -75%!

### Hôtels à Paris

[www.bestwestern.fr/Hotel-Paris](http://www.bestwestern.fr/Hotel-Paris)  
Trouvez un Hôtel sur Best Western.  
Best Western à Paris !

### Shangri-La Hotel Paris

[www.shangri-la.com/Paris](http://www.shangri-la.com/Paris)  
Book Direct & Enjoy Royal Treatment  
& Exclusive Services From The Start  
10 Avenue d'Iéna, Paris

### Hôtel Paris Dès 25€/Nuit

[www.chercheztrouvez.fr/Hotel-A-Paris](http://www.chercheztrouvez.fr/Hotel-A-Paris)  
Comparez Les Tarifs d'Hôtel à Paris

#### Hotel à proximité de paris

dim. 11 oct. lun. 12 oct. Prix Note Catégorie d'hôtel

<b>Hotel Paris</b> Aucun avis Rue de Rocroy	Accéder au site Web	
<b>Paris France Hôtel</b> 4,4 ★★★★★ 45 avis · Hôtel deux étoiles Rue de Turbigo · Etablissement de 1910 avec salon Belle Époque et chambres simples, modernes et climatisées avec wi-fi gratuit.	Accéder au site Web	
<b>Hôtel Le A</b> 4,4 ★★★★★ 16 avis · Hôtel quatre étoiles Rue d'Artois · Hôtel aux chambres design ornées de peintures	308 €	



**Pas de soucis... mais va falloir  
faire chauffer la CB**

# Première chose à vérifier quand on vérifie sa position sur google



Google hotel paris

Mathieu

Web Maps Shopping Images Actualités Plus Outils de recherche

Environ 371 000 000 résultats (0,46 secondes)

**3500 Hôtels à Paris - Hôtels à moitié prix - booking.com**  
**Annonce** [www.booking.com/Paris-Hotels](http://www.booking.com/Paris-Hotels)  
4,5 ★★★★★ avis sur booking.com  
Réservez votre hôtel en ligne.  
Annulation gratuite - Service Clients 24/7 - Commentaires réels  
Booking.com a 4 284 093 abonnés sur Google+  
Promos & Offres Spéciales Meilleur Tarif Garanti  
Réservez Maintenant Sans frais de réservation

**Hôtel pas cher à Paris - Réservez tôt et Economisez -25%**  
**Annonce** [www.ibis.com/Paris](http://www.ibis.com/Paris)  
Ibis.com: Votre Séjour à Petit Prix  
Réservation en ligne - Plus de 1800 hôtels - Design - Confort  
ibis a 961 abonnés sur Google+  
Hôtels ibis - Carte ibis Business - Hôtels ibis budget - Hôtels ibis Styles

**2590 Hôtels Paris dès 25€ - trivago.fr**  
**Annonce** [www.trivago.fr/Hotel-Paris](http://www.trivago.fr/Hotel-Paris)  
trivago™ Hôtels Paris jusqu'à -78% Hôtels à Paris de 25€ à 180€ /nuit!  
Bonnes Affaires - N°1 Compareurs - 100% Satisfait - Support Client  
Le site qui permet de trouver les meilleurs tarifs - Le Figaro  
trivago a 77 676 abonnés sur Google+  
Hôtels Louvre - Hôtel 3 étoiles dès - Hôtels Tour Eiffel - Hôtel 4 étoiles dès

**Hôtels à Paris**  
**Annonce** [www.accorhotels.com/Paris](http://www.accorhotels.com/Paris)  
3,7 ★★★★★ avis sur accorhotels.com  
ibis, Mercure, Novotel, Sofitel.  
La Garantie du Meilleur Prix !

**Hôtels Paris - Hotels.com**  
**Annonce** [www.hotels.com/Paris-Hotel](http://www.hotels.com/Paris-Hotel)  
4,4 ★★★★★ avis sur hotels.com  
Votre hôtel à Paris dès 51 €.  
Réservez en ligne un hôtel à Paris.

**Hôtels Kyriad Paris**  
[www.kyriad.com/Hotels-Paris](http://www.kyriad.com/Hotels-Paris)  
Votre Nuit d'Hôtel à partir de 45€.  
Réservez une Chambre Maintenant !

**Hôtels Paris dès 41€**  
[www.voyages-sncf.com/Hotels-Paris](http://www.voyages-sncf.com/Hotels-Paris)  
3,7 ★★★★★ avis sur voyages-sncf.com  
Hôtels à Paris Jusqu'à -50%.  
Réservez sur Voyages-sncf.com.

**Hôtels à Paris dès 26€**  
[www.venera.com/hotels/Paris](http://www.venera.com/hotels/Paris)  
Plus de 1222 Hôtels à Paris.  
Prix ultra-négociés jusqu'à -75%!

**Hôtels à Paris**  
[www.bestwestern.fr/Hotel-Paris](http://www.bestwestern.fr/Hotel-Paris)  
Trouvez un Hôtel sur Best Western.  
Best Western à Paris !

**Shangri-La Hotel Paris**  
[www.shangri-la.com/Paris](http://www.shangri-la.com/Paris)  
Book Direct & Enjoy Royal Treatment & Exclusive Services From The Start  
10 Avenue d'Iéna, Paris

**Hôtel Paris Dès 25€/Nuit**  
[www.chercheztrouvez.fr/Hotel-A-Paris](http://www.chercheztrouvez.fr/Hotel-A-Paris)  
Comparez Les Tarifs d'Hôtel à Paris

Hotel à proximité de paris

dim. 11 oct. lun. 12 oct. Prix Note Catégorie d'hôtel

**Hotel Paris**  
Aucun avis  
Rue de Rocroy  
Accéder au site Web

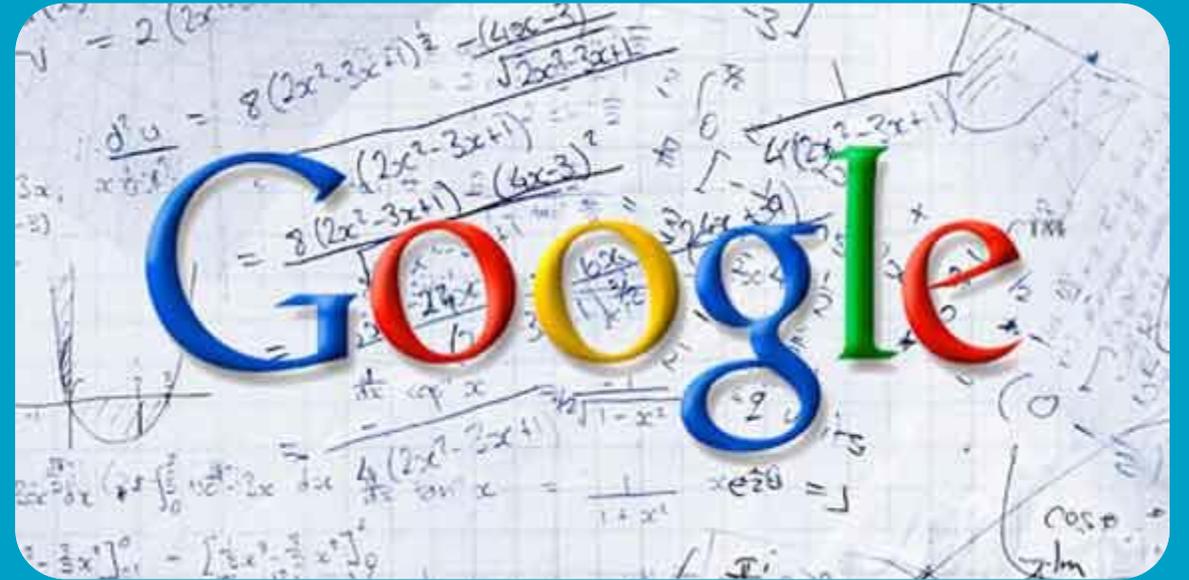
**Paris France Hôtel**  
4,4 ★★★★★ 45 avis · Hôtel deux étoiles  
Rue de Turbigo - Etablissement de 1910 avec salon Belle Époque et chambres simples, modernes et climatisées avec wi-fi gratuit.  
Accéder au site Web

**Hôtel Le A**  
4,4 ★★★★★ 16 avis · Hôtel quatre étoiles  
Rue d'Artois · Hôtel aux chambres design ornées de peintures  
308 €



# Le référencement dépend de...

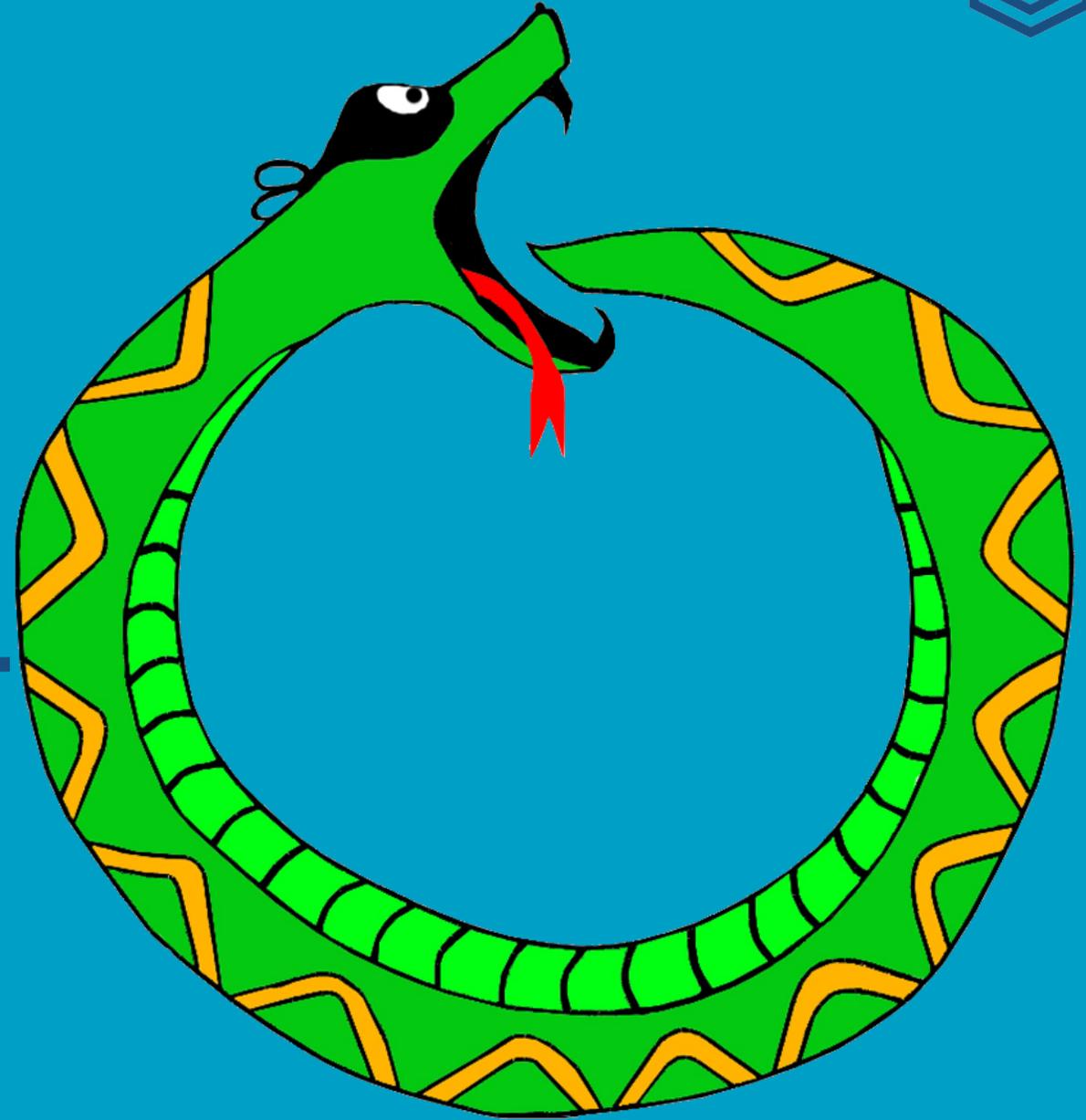
- Votre contenu
- Accessible mobile (responsive)
- Le nombre de visiteurs
- Les interactions avec d'autres sites bien référencés
- La structure de votre site





# Votre contenu

- Publiez!!!
- En lien avec votre activité
- En lien avec votre expertise
- Du contenu qui intéresse vos lecteurs



**Le nombre de visiteurs.**

# Les interactions avec d'autres sites



- Annuaires
- Réseaux sociaux
- Sites partenaires
- ...

Environ 109 000 résultats (0,69 secondes)

**Little Italy Pizza Lunel**

Aucun avis · Livraison de pizza  
208 Boulevard Lafayette  
Fermé aujourd'hui

**La Fringale**

2 avis · Italienne  
190 Rue Sadi Carnot

**CHEZ JEROME pizzas à emporter**

4,2 ★★★★★ (7) · Pizzeria avec service à emporter  
146 Boulevard de Strasbourg  
Fermé aujourd'hui

[Autres adresses](#)**LIVRAISON DE PIZZAS LUNEL - pizza Lunel livraison et à ...** [www.littleitaly-pizza-lunel.fr/](http://www.littleitaly-pizza-lunel.fr/)

LIVRAISON DE PIZZAS A DOMICILE-A EMPORTER-votre pizzeria traditionnelle à LUNEL (34400) et à SAINT-JUST (34400). votre pizzeria vous livre à Lunel et ...

Vous avez consulté cette page 4 fois. Dernière visite : 23/11/15

**la fringale pizza à emporter 34400 lunel** [www.lafringale-lunel.com/](http://www.lafringale-lunel.com/)

781, avenue du Vidourle 34400 LUNEL. (ouvert 7j/7 de 10h à 13h30 et de 17h à 22h).

# Pizzeria Lunel



## ACCUEIL

- NOS PIZZAS
- OFFRE
- VINS, BOISSONS
- DESSERTS
- LIVRAISON
- CONTACT
- NOUS SITUER

!!!!!!OFFRE DU MOMENT!!!!!!

# Bienvenue chez Little Italy PIZZA LUNEL

LIVRAISON DE PIZZAS A LUNEL ET SAINT-  
JUST (34400) ET PIZZAS A EMPORTER

6/7 de 18h à 22h

04 67 71 51 71



!!!!PROMO!!!!

4 pizzas  
achetées= 1  
bouteille de  
vin 75cl  
OFFERTE (1  
bouteille de

soda pour les mineurs)

l'abus d'alcool est dangereux pour la santé

Pour passer vos **commandes** et  
vous faire **livrer** vos pizzas  
6/7(fermé le lundi) de 18h à 22h

# La Fringale

## Pizzas à emporter

COMMANDEZ  
VOS PIZZAS  
PAR TÉLÉPHONE

# 7 / 7

la 11<sup>ème</sup>  
pizza  
**GRATUITE** \*  
ne donne pas droit à 1 point



Souvent copiée... souvent imitée... jamais égalee !



## 2 adresses à LUNEL pour mieux vous servir ...

  
Accueil

  
Nos pizzas

  
Boissons



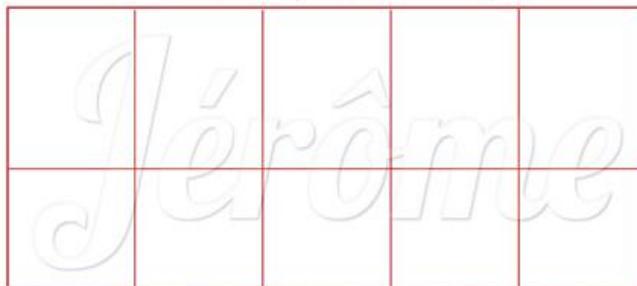
# Pizza Jérôme \* 04.67.91.05.76 \*

- [A PROPOS](#)
- [LA CARTE](#)
- [CONTACTEZ-NOUS](#)

## Carte fidélité "Grande pizza" 11<sup>ÈME</sup> OFFERTE



## 11<sup>ÈME</sup> OFFERTE Carte fidélité "Méga pizza"



### COMMANDEZ VOS PIZZAS !



Un match de foot ? Une soirée entre amis en prévision ? Pensez à nous appeler à l'avance pour préparer votre commande !



### CARTE FIDÉLITÉ



10 pizzas achetées la 11<sup>ème</sup> offerte !  
 Votre fidélité récompensée pour vos achats de grandes pizzas et mégas pizzas.



**Pizza chez Jérôme**  
 04 67 91 05 76  
 OUVERT DU MARDI AU DIMANCHE

J'aime cette Page 555 mentions J'aime

Soyez le premier de vos amis à aimer ça.

### PAIEMENTS ACCEPTÉS



CARTE BANCAIRES A PARTIR DE 9€



# Les évolutions

- ▶ Mise en avant du local
- ▶ Optimisation mobile
- ▶ Mise en avant des réseaux sociaux
- ▶ Marketing de contenu (mais pas trop)



Analyse des liens en temps  
réel



# Les buts du SEO

- Rendre son site visible de façon pérenne
- Capter du trafic qualifié depuis les moteurs de recherche
- Gagner une image d'autorité/légitimité/crédibilité auprès des internautes.



# Les particularités du SEO

- Coût au clic « gratuit » (on ne paye pas si un internaute clique sur notre lien)
- ROI mesurable (sur Google analytics par exemple, on peut voir quels mots clés on été tapés par l'internaute dans le moteur de recherche avant d'arriver sur notre site)
- Rentabilité élevée à moyen/long terme
- L'internaute est en phase active de recherche lorsqu'il arrive sur votre site  
→ plus facile de le convertir en client



# Les challenges du SEO

- Les résultats ne sont pas instantanés
- Travail continu pour rester positionné sur le long terme
- Visibilité sur un nombre de mots-clés définis



# Les techniques du SEO

- Identifier les mots clés susceptibles d'être tapés par les internautes pour arriver à votre site
- Les utiliser dans votre page html
  - titre de la page,
  - balises méta,
  - attributs ALT aux images,
  - titres des liens,
  - créer un sitemap XML
  - ...



# Les techniques du SEO

- Avoir un contenu de qualité sur le site
- Employer les mots clé avec du sens
- Ajouter des onglets de contenu, un blog, etc
- Eviter le flash qui n'est pas lu par les moteurs de recherche

# Les techniques du SEO



- Avoir un maximum de lien pointant vers son site (depuis vos comptes réseaux sociaux, depuis une vidéo sur youtube, depuis des webzines qui vous mentionne, etc) pour être mieux classé

# Le référencement naturel (SEO)



## COMMENT FAIRE ?

### SITE BIEN CONSTRUIT

- Arborescence
- Présence mots-clés (URL, Title, H1...)
- Rapidité d'affichage...



### CONTENU DE QUALITE

- Optimisé vis-à-vis du mot-clé
- Riche (photos, vidéos, avis de consommateurs...)
- Non dupliqué
- Mis à jour...



### LIENS ENTRANTS DE QUALITE

- Naturels via la qualité du contenu
- Annuaire
- Partenariats
- Commentaires blogs
- Communiqué de presse...

# Parlons outils



Et si on commençait à parler  
Français?



<https://facemweb.com/referencement-naturel-seo/lexique-glossaire>

# WooRank



---

ONLINE WEBSITE ANALYSIS



[alyze.info](http://alyze.info)

*Outil d'aide au référencement*

# Google trends





<https://www.google.com/webmasters/tools>



# Maintenant regardons du côté des outils.....



- Densité d'un mot clé
  - <http://www.outils-referencement.com/>
- Tendances mots recherchés
  - <https://www.google.com/trends/>
- Améliorer la vitesse
  - <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>
- Analyse SEO
  - <http://grader.rezoactif.com/>
  - <http://www.seonity.com/>
- Analyse backlink
  - <https://fr.majestic.com>



**Oui mais après...**

# Plan



1. Référencement naturel ou gratuit
2. **A/B Testing**
3. Référencement payant
4. Création et développement de site internet



# Comment convertir?

## AVANT

**CG TRANSLATION & INTERPRETATION**

CG est une agence de traduction basée à Versailles, France, depuis plus de vingt-cinq ans.

Nous intervenons dans tous les domaines: traduction technique, industrielle, financière, juridique, marketing, médical, multimédia, de sites internet, et dans toutes les langues.

Traductions écrites, interprétation de conférences ou de réunions.

Qu'il s'agisse de votre projet, nos interventions sont précédées par un état des lieux afin d'être adaptées précisément à votre affaire.

**Consulter CG**

Consultez nos tarifs et transmettez nous votre demande de traduction ou d'interprétation, nous le traiterons dans les meilleurs délais.

**Actu - Métiers**

Langues étrangères, cultures étrangères.

Comment traduire, interpréter en japonais, coréen ou chinois ?

Le partage de votre culture et d'informations, moyen essentiel du succès, nécessite un savoir-faire spécifique. Exemple avec le Chinois.

**Conseils pratiques**

**Traduction**

Des conseils pour la traduction de vos documents, des fiches pratiques de référencement.

Comment optimiser votre traduction, être la qualité et garantir la confidentialité.

**Interprétation**

Traduction simultanée ou de salon, interprétation consécutive, interprétation intelligente et simultanée, ce qui va bien au-delà de la maîtrise des langues et suppose un savoir-faire à l'avant de la communication internationale.

**Présentation de l'entreprise**

Depuis 1991, CG Traduction et Interprétation est à la pointe de la technologie et met à votre disposition son savoir-faire de plus de vingt-cinq ans.

Observez notre organisation, nos moyens techniques et l'expertise de la société.

**Experte traductions et interprètes**

Une des traductrices et interprètes ?

Faites nous référence CG.

Nous vous proposons de découvrir nos offres de traduction et nos tarifs préférentiels commerciaux.

**Experte clients**

Accès aux glossaires.

Traduction internet aux clients de CG.

Traduction et localisation.

© CG Traduction & Interprétation - 1990-2010 - CG Traduction - Agence de Traduction et d'Interprétation

0 conversion depuis 2 ans

## APRES

**CG**

AGENCE PROFESSIONNELLE DE TRADUCTION & D'INTERPRÉTATION

01 31 43 02 00 - 01 31 43 02 01

AGENCE - 100 RUE DE LA POSTE - 78100 VERSAILLES - FRANCE

CG - Agence Professionnelle de Traduction et d'Interprétation

Depuis 1991, CG Traduction & Interprétation est à la pointe de la technologie et met à votre disposition son savoir-faire de plus de vingt-cinq ans.

Observez notre organisation, nos moyens techniques et l'expertise de la société.

CG est une agence de traduction basée à Versailles, France, depuis plus de vingt-cinq ans.

Nous intervenons dans tous les domaines: traduction technique, industrielle, financière, juridique, marketing, médical, multimédia, de sites internet, et dans toutes les langues.

Traductions écrites, interprétation de conférences ou de réunions.

Qu'il s'agisse de votre projet, nos interventions sont précédées par un état des lieux afin d'être adaptées précisément à votre affaire.

**Traduction**

Des conseils pour la traduction de vos documents, des fiches pratiques de référencement.

Comment optimiser votre traduction, être la qualité et garantir la confidentialité.

**Interprétation**

Traduction simultanée ou de salon, interprétation consécutive, interprétation intelligente et simultanée, ce qui va bien au-delà de la maîtrise des langues et suppose un savoir-faire à l'avant de la communication internationale.

**Transcription**

Des conseils pour la transcription de vos documents, des fiches pratiques de référencement.

Comment optimiser votre transcription, être la qualité et garantir la confidentialité.

**Agence Professionnelle de Traduction & d'Interprétation**

Depuis 1991, CG Traduction et Interprétation est à la pointe de la technologie et met à votre disposition son savoir-faire de plus de vingt-cinq ans.

Observez notre organisation, nos moyens techniques et l'expertise de la société.

**Actualités**

Les dernières actualités de notre agence.

1990-2010 - CG Traduction - Agence de Traduction et d'Interprétation

+30% de CA annuel en 1 an



# Quelle page est la plus efficace?

**Amsterdam.** Welcome, Guest. [Login or Register](#) [My Account](#) | [Order Status](#) | [Customer Support Center](#)  
Shopping Cart (1 Item, total of \$84.50)

[Pens & Writing](#) [Calendars](#) [Apparel](#) [Drinkware](#) [Bags](#) [Tradeshows](#) [HR / Office](#) [See More](#)

[Email Sign Up](#)   SAVE 10% on your next order

**Categories**

Quick Links  
- Business Gifts  
- New Products  
- Online Specials  
- Clearance Center  
- Eco-Friendly  
- Brand Names

Promotional Products  
- Apparel  
- Bags & Totes  
- Calendars  
- Desktop/Office  
- Drinkware  
- Food & Drink  
- Full Color Promotions  
- Gift Sets  
- Keychains  
- Magnets  
- Outdoor Promotions  
- Pens  
- Promotional Products  
- Targeted Solutions  
- Tradeshows Products

Worksite / Recognition  
- Certificates & Frames  
- Employee ID Badges  
- Lapel Pins  
- Motivational Tools  
- Name Cards  
- Service Awards  
- Shop By Theme  
- Sweet Rewards

Farms / Office  
- Human Resources  
- Office Products

**HOME** > [Recommended Pens](#) > [Laser Engraved Pens](#) > [Ultima Pen](#)

### Ultima Pen

★★★★★ Item #: 42804

Qty	Price
50	\$2.59
100	\$2.29
150	\$2.09
250	\$2.04
500	\$1.99
1,000	\$1.89
2,500	\$1.49

Ready to ship in: 2 business days [Quick Quote](#)

**Other recommended products:**

- Vinyl Pen Sleeve As Low As \$0.15
- Thank You Pen Gift Box As Low As \$0.15
- Deluxe Pen Gift Box As Low As \$0.49
- Pen Gift Box Generic As Low As \$0.15

**These Custom Engraved Pens are the Ultimate Advertisement!**

- Unique, engraved logo pens
- Sleek profile with Sand Washed™ barrel
- Stand-out, Diamond Double-Cut™ grip
- Retractable with shimmering silver accents
- Laser-engraved for class, designed to last

**Product Details:**

Pen Colors:	Aquamarine, Sapphire, Graphite, Garnet, Sky or Ruby
Ink Colors:	Black or Blue
Imprint Color:	Laser-Engraved in Silver
Imprint Options:	Up to 5 Lines

**Amsterdam.** Welcome, Guest. [Login or Register](#) [My Account](#) | [Order Status](#) | [Customer Support Center](#)  
Shopping Cart (1 Item, total of \$84.50)

[Pens & Writing](#) [Calendars](#) [Apparel](#) [Drinkware](#) [Bags](#) [Tradeshows](#) [HR / Office](#) [See More](#)

[Email Sign Up](#)   SAVE 10% on your next order

**Categories**

Quick Links  
- Business Gifts  
- New Products  
- Online Specials  
- Clearance Center  
- Eco-Friendly  
- Brand Names

Promotional Products  
- Apparel  
- Bags & Totes  
- Calendars  
- Desktop/Office  
- Drinkware  
- Food & Drink  
- Full Color Promotions  
- Gift Sets  
- Keychains  
- Magnets  
- Outdoor Promotions  
- Pens  
- Promotional Products  
- Targeted Solutions  
- Tradeshows Products

Worksite / Recognition  
- Certificates & Frames  
- Employee ID Badges  
- Lapel Pins  
- Motivational Tools  
- Name Cards  
- Service Awards  
- Shop By Theme  
- Sweet Rewards

Farms / Office  
- Human Resources  
- Office Products

**HOME** > [Recommended Pens](#) > [Laser Engraved Pens](#) > [Ultima Pen](#)

### Ultima Pen

★★★★★ Item #: 42804

Qty	Price
50	\$2.59
100	\$2.29
150	\$2.09
250	\$2.04
500	\$1.99
1,000	\$1.89
2,500	\$1.49

Ready to ship in: 2 business days [Quick Quote](#)

**Other recommended products:**

- Vinyl Pen Sleeve As Low As \$0.15
- Thank You Pen Gift Box As Low As \$0.15
- Deluxe Pen Gift Box As Low As \$0.49
- Pen Gift Box Generic As Low As \$0.15

**These Custom Engraved Pens are the Ultimate Advertisement!**

- Unique, engraved logo pens
- Sleek profile with Sand Washed™ barrel
- Stand-out, Diamond Double-Cut™ grip
- Retractable with shimmering silver accents
- Laser-engraved for class, designed to last

**Product Details:**

Pen Colors:	Aquamarine, Sapphire, Graphite, Garnet, Sky or Ruby
Ink Colors:	Black or Blue
Imprint Color:	Laser-Engraved in Silver
Imprint Options:	Up to 5 Lines

24% plus de vente  
47% plus de recette par visiteur



**Amsterdam.** Welcome, Guest - Logout / Register My Account | Order Status | Customer Support Center Shopping Cart (1 item, total of \$44.50)

Pen & Writing | Calendars | Apparel | Drinkware | Bags | Tradeshow | HR / Office | See More

Enter Keyword or Item # SEARCH

Enroll Sign Up | Enter Your Email Address | Sign Up | SAVE 10% on your next order | Call us at 1-800-203-9917 or Live Chat Now

**Categories**

Quick Links  
 - Business Gifts  
 - New Products  
 - Online Specials  
 - Clearance Center  
 - Eco-Friendly  
 - Brand Names

Promotional Products  
 - Apparel  
 - Bags & Totes  
 - Calendars  
 - Desktop/Office  
 - Drinkware  
 - Food & Drink  
 - Full Color Promotions  
 - Gift Sets  
 - Keychains  
 - Magnets  
 - Outdoor Promotions  
 - Pens  
 - Promotional Products  
 - Targeted Solutions  
 - Tradeshow Products

Motivate / Recognize  
 - Certificates & Frames  
 - Employee ID Badges  
 - Lapel Pins  
 - Motivational Tools  
 - Power Cards  
 - Service Awards  
 - Shop By Theme  
 - Sweet Rewards

Forms / Office  
 - Human Resources  
 - Office Products

Home > Personalized Pens > Laser Engraved Pens > Ultima Pen

**Ultima Pen**  
 Item # 42804

Qty	Price
50	\$2.59
100	\$2.29
150	\$2.09
250	\$2.04
500	\$1.99
1,000	\$1.89
2,500	\$1.49

Customize It  
 Add to Wishlist  
 Ready to ship in: 2 business days  
 Quick Quote

Other recommended products:

- Vinyl Pen Sleeve At Low At \$0.15
- Thank You Pen Gift Box At Low At \$0.15
- Deluxe Pen Gift Box At Low At \$0.49
- Pen Gift Box Generic At Low At \$0.15

**These Custom Engraved Pens are the Ultimate Advertisement!**

- Unique, engraved logo pens
- Sleek profile with Sand Washed™ barrel
- Stand-out, Diamond Double-Cut™ grip
- Retractable with shimmering silver accents
- Laser-engraved for class, designed to last

**Product Details:**

Pen Colors:	Aquamarine, Sapphire, Graphite, Garnet, Sky or Ruby
Ink Colors:	Black or Blue
Imprint Color:	Laser Engraved in Silver
Imprint Options:	Up to 5 Lines

**Amsterdam.** Welcome, Guest - Logout / Register My Account | Order Status | Customer Support Center Shopping Cart (1 item, total of \$44.50)

Pen & Writing | Calendars | Apparel | Drinkware | Bags | Tradeshow | HR / Office | See More

Enter Keyword or Item # SEARCH

Enroll Sign Up | Enter Your Email Address | Sign Up | SAVE 10% on your next order | Call us at 1-800-203-9917 or Live Chat Now

**Categories**

Quick Links  
 - Business Gifts  
 - New Products  
 - Online Specials  
 - Clearance Center  
 - Eco-Friendly  
 - Brand Names

Promotional Products  
 - Apparel  
 - Bags & Totes  
 - Calendars  
 - Desktop/Office  
 - Drinkware  
 - Food & Drink  
 - Full Color Promotions  
 - Gift Sets  
 - Keychains  
 - Magnets  
 - Outdoor Promotions  
 - Pens  
 - Promotional Products  
 - Targeted Solutions  
 - Tradeshow Products

Motivate / Recognize  
 - Certificates & Frames  
 - Employee ID Badges  
 - Lapel Pins  
 - Motivational Tools  
 - Power Cards  
 - Service Awards  
 - Shop By Theme  
 - Sweet Rewards

Forms / Office  
 - Human Resources  
 - Office Products

Home > Personalized Pens > Laser Engraved Pens > Ultima Pen

**Ultima Pen**  
 Item # 42804

Qty	Price
50	\$2.59
100	\$2.29
150	\$2.09
250	\$2.04
500	\$1.99
1,000	\$1.89
2,500	\$1.49

Personalize Now  
 Add to Wishlist  
 Ready to ship in: 2 business days  
 Quick Quote

Other recommended products:

- Vinyl Pen Sleeve At Low At \$0.15
- Thank You Pen Gift Box At Low At \$0.15
- Deluxe Pen Gift Box At Low At \$0.49
- Pen Gift Box Generic At Low At \$0.15

**These Custom Engraved Pens are the Ultimate Advertisement!**

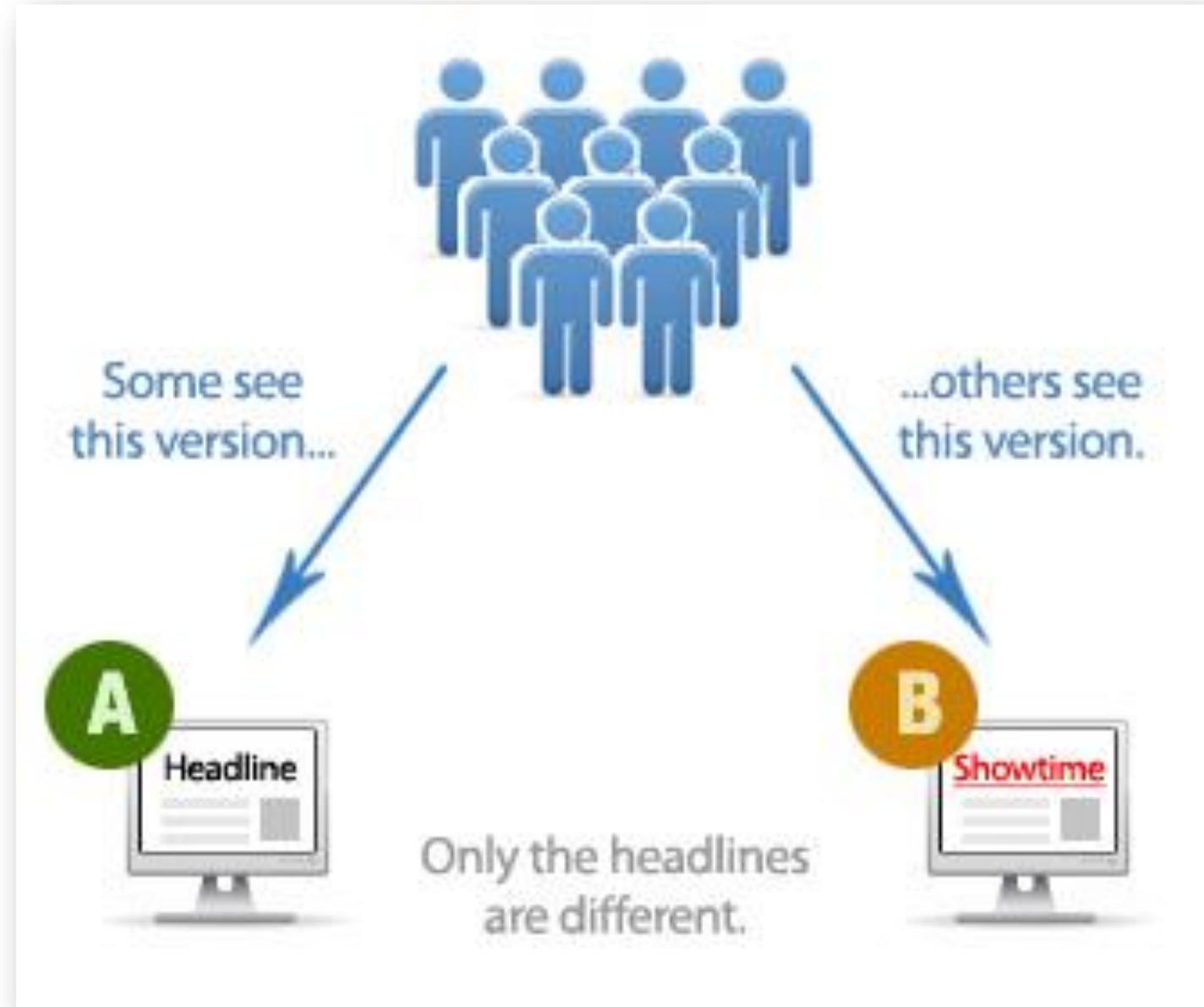
- Unique, engraved logo pens
- Sleek profile with Sand Washed™ barrel
- Stand-out, Diamond Double-Cut™ grip
- Retractable with shimmering silver accents
- Laser-engraved for class, designed to last

**Product Details:**

Pen Colors:	Aquamarine, Sapphire, Graphite, Garnet, Sky or Ruby
Ink Colors:	Black or Blue
Imprint Color:	Laser Engraved in Silver
Imprint Options:	Up to 5 Lines



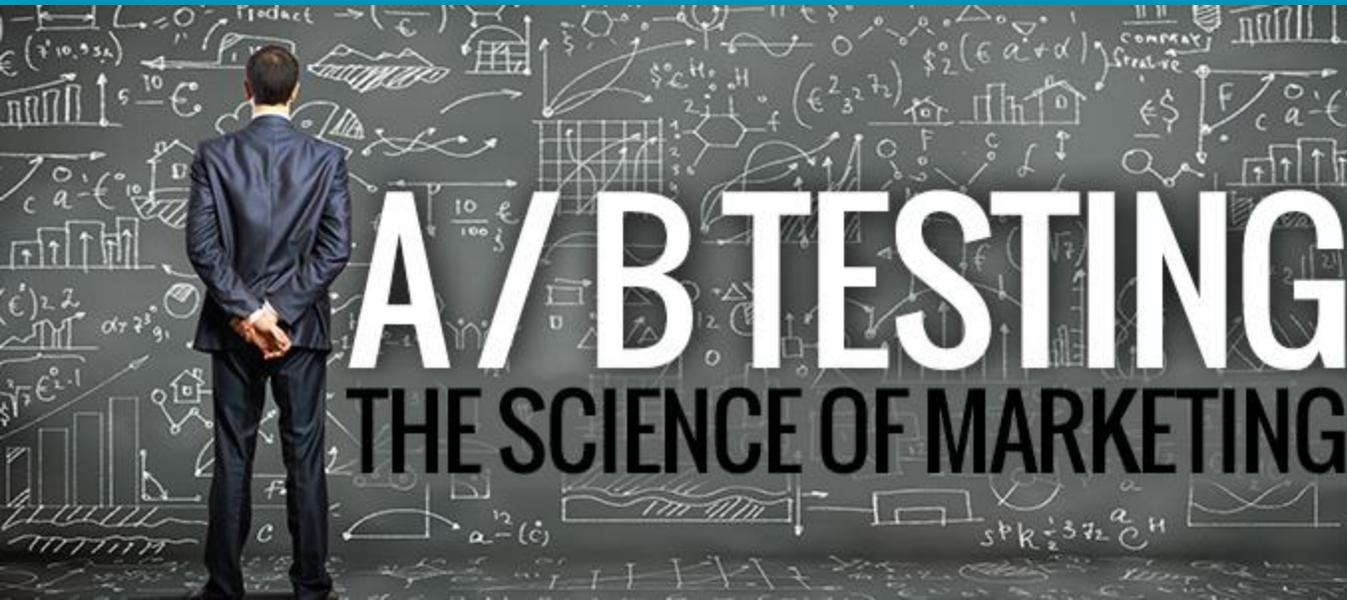
# L'A/B testing



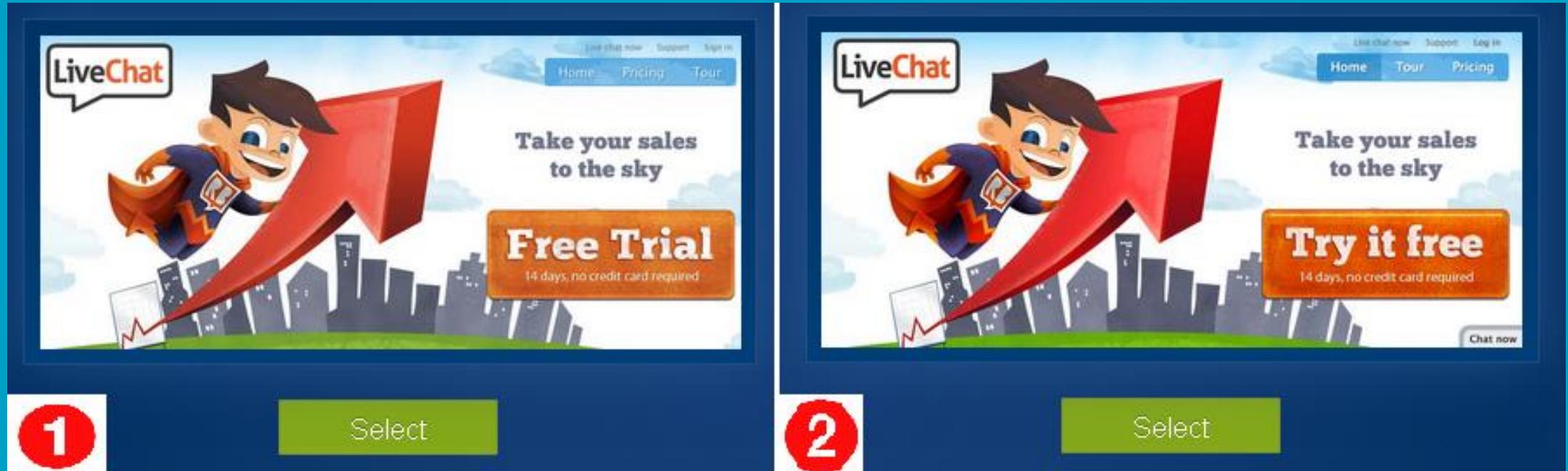


# Les avantages de l'AB testing

- Permet de suivre l'efficacité de vos pages
- Obtenir des résultats détaillés
- Identifier les canaux qui vous ramènent le plus de vues

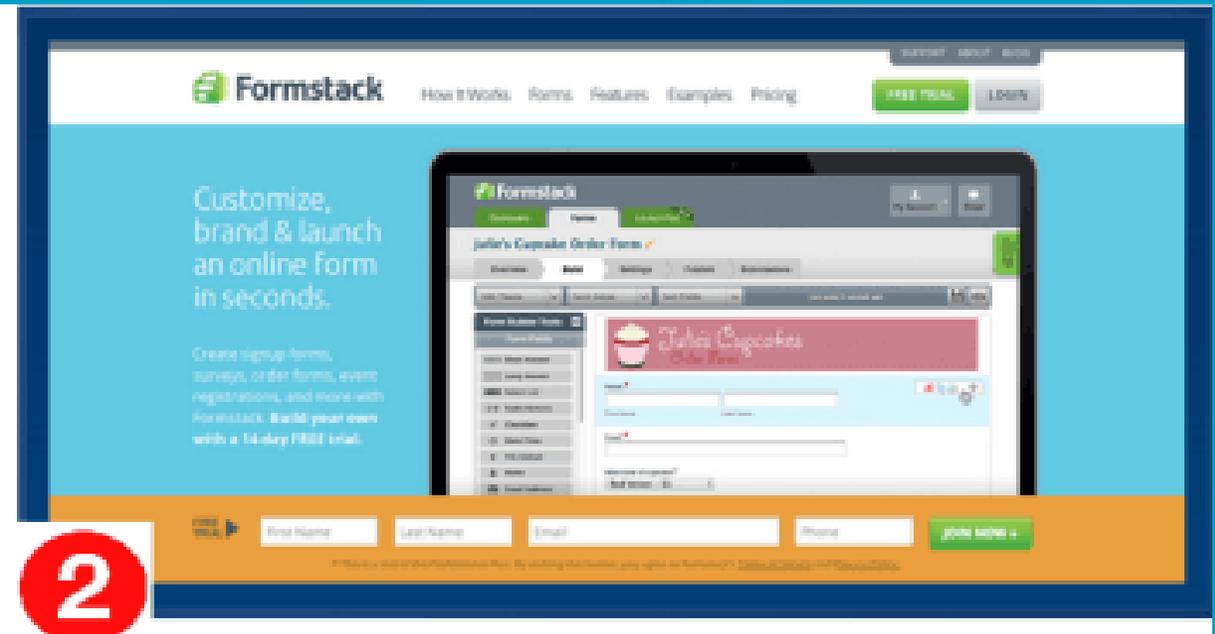
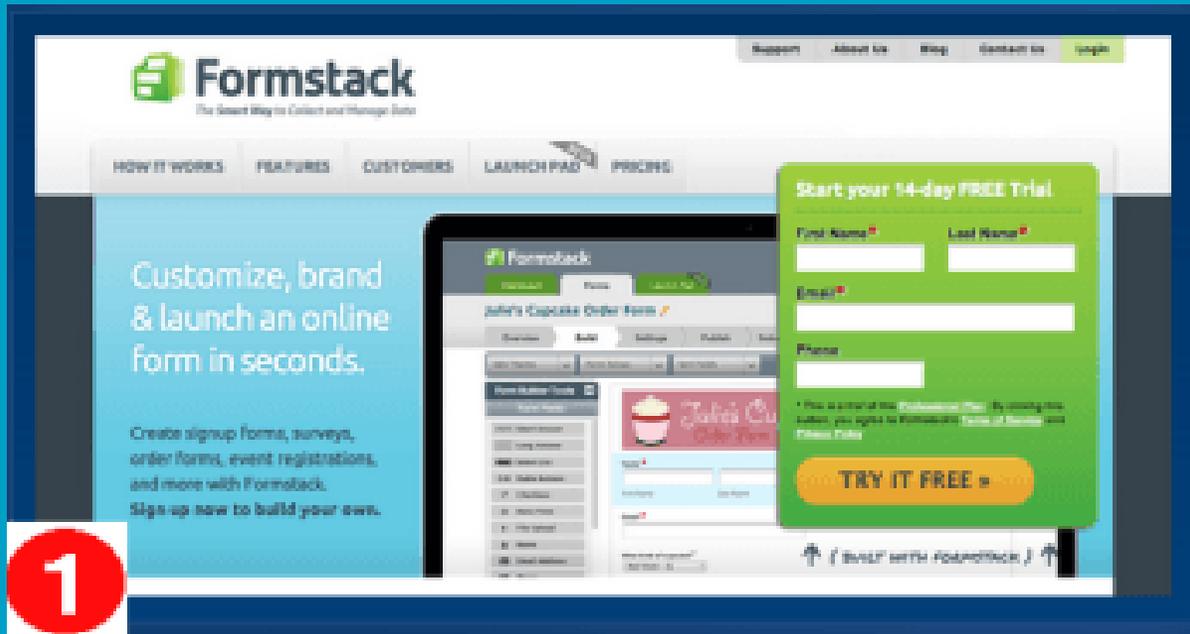


le plus de visiteurs



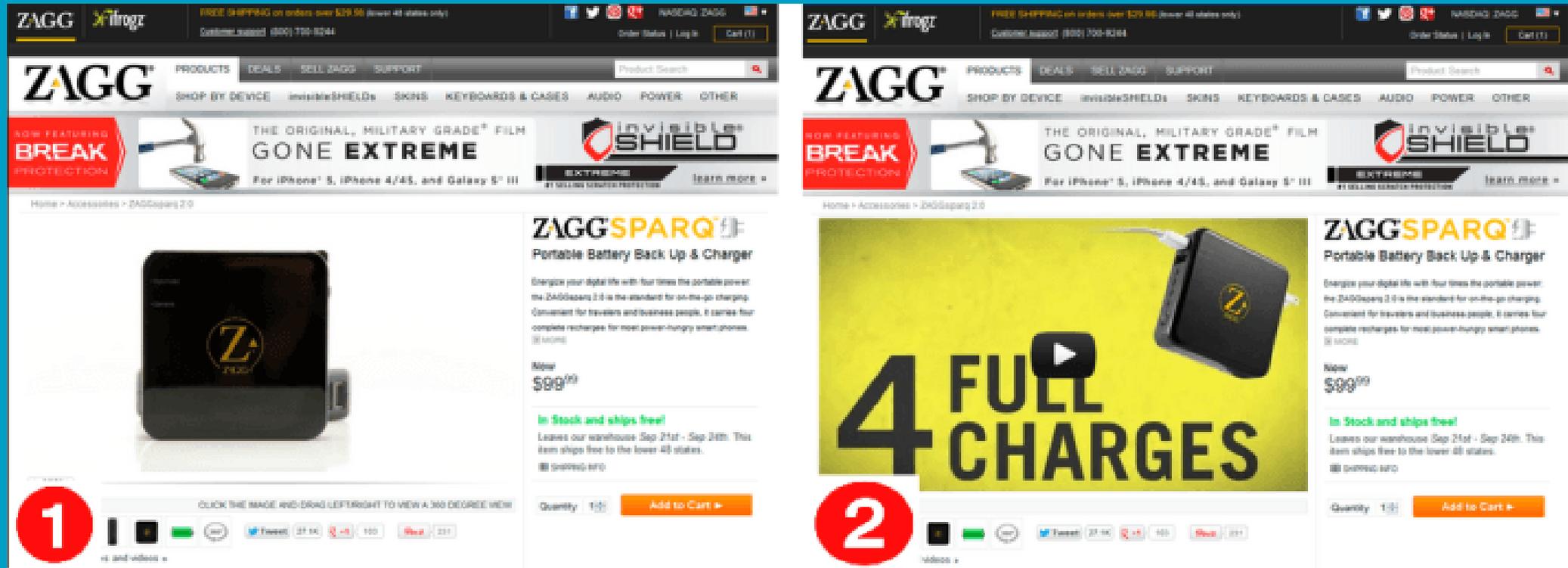
Laquelle de ces deux versions a-t-elle générée le plus d'inscriptions sur le site de LiveChat ?

5% le nombre d'inscriptions sur le site internet grâce à la version 2



A votre avis, quelle version a généré le plus d'inscriptions ?

La version 2 a généré plus de 50% de pages vues en plus et 8% d'inscriptions supplémentaires vis-à-vis de la version 1.



Quelle version a généré le plus de conversion entre une la fiche produit proposant une photo en format 360° et une vidéo ?

**Une vidéo peut déconcentrer votre internaute sur la raison de la présence sur votre site.**  
La version 1 a généré 40% de conversions de plus que la version 2.



# Google Analytics

Anywhere. Anytime.



Vous suivez toujours?

The image features a dark, textured background resembling a chalkboard. Numerous question marks of varying sizes are scattered across the surface, drawn with white chalk. The question marks vary in orientation and scale, with some being very large and others very small. In the upper left quadrant, the French phrase "Vous suivez toujours?" is written in a bright blue, sans-serif font. The overall composition is visually busy and evokes a sense of inquiry or uncertainty.

# Et en payant?



# Plan



1. Référencement naturel ou gratuit
2. A/B Testing
3. **Référencement payant**
4. Création et développement de site internet



Google AdWords



# Le référencement payant SE Advertising

- OBJECTIF : apparaître ici ou ici

GOOGLE

vacances alpes

Rechercher

Recherche instantanée activée  
SafeSearch désactivé

Environ 18 100 000 résultats (0,12 secondes)

Recherche avancée

**Tout**  
Images  
Vidéos  
Actualités  
Shopping  
Plus

**Lyon**  
Changer le lieu

**Le Web**  
Pages en français  
Pays : France  
Pages en langue étrangère traduites  
Plus d'outils

**Vacances au Ski aux Alpes** Annonces  
Jusque -30% de Réduction pour vos **Vacances** au Ski dans les **Alpes** !  
[odalys-vacances.com/Ski-Alpes](http://odalys-vacances.com/Ski-Alpes)

**Alpes**  
**Alpes** - 97 Tarifs dégriffés sur lastminute.com  
[www.lastminute.com/Alpes](http://www.lastminute.com/Alpes)

**Vacances dans les Alpes - Ski en famille dans les Alpes.**  
A partir de 350 € la semaine !  
[www.pierreetvacances.com/alpes](http://www.pierreetvacances.com/alpes)

**Hautes Alpes : Montagne, Tourisme, Stations de Ski, Séjour ...** - 2 visites -  
18/02/10  
Des **vacances** inoubliables dans les Hautes-**Alpes**, une ambiance magique pour des séjours à la montagne plein de sensations. Ski alpin, ski de fond ou plaisirs ...  
Hébergements - Ski & Neige - Alpes randonnée - Visites & Loisirs  
[www.hautes-alpes.net/](http://www.hautes-alpes.net/) - En cache

**Réservation Hautes-Alpes - Offres séjour, week-end, vacances à la ...**  
Le comité a rassemblé une sélection de séjours issus des professionnels du département bénéficiant d'une autorisation administrative de commercialisation.  
[www.alpes.fr/](http://www.alpes.fr/) - En cache - Pages similaires

**Location Appartement Alpes**  
A deux pas des Portes du Soleil  
Découvrez nos Formules Tout Compr  
[www.valleedaulps.com](http://www.valleedaulps.com)

**Week End Montagne Alpes**  
Un week-end alliant détente et ski en louant un chalet. Réservez vite  
[www.france-montagnes.com/Alpes](http://www.france-montagnes.com/Alpes)

**Vacances en Camping**  
Réservez maintenant  
Profitez des meilleures offres  
[www.campeole.com](http://www.campeole.com)

**Vacances aux Alpes**  
Appartements, chalets, gîtes  
Découvrez nos offres 1ère minute  
[vacancesalpes.fr.ask.com](http://vacancesalpes.fr.ask.com)

**Location Chalets Alpes**  
Luxueux Appartements sur les pistes  
Chalets Avec Piscine & Sauna ici!  
[www.chalet-altitude.com/](http://www.chalet-altitude.com/)



- Search Engine Advertising = Achat de mots clés/référencement payant/liens sponsorisés
- L'achat de mots-clés correspond à un système d'enchère que l'annonceur est prêt à payer pour chaque clic que l'internaute fera sur le lien sponsorisé.
- Fonctionne généralement en CPC (cost per click)/ PPC (pay per click)
- La régie la plus connue est Adwords



# Les avantages du SEA

- Affichage immédiat dans les pages de résultats des moteurs de recherche
- Visibilité sur un nombre de mots-clés quasi infinie
- Maîtrise du budget
- ROI facilement mesurable
- L'internaute est en phase active de recherche (=plus facile à convertir)



# Les inconvénients du SEA

- Coût à chaque clic
- Coût élevé et en constante progression
- Coût continu pour rester affiché
- Il faut réussir à convertir l'internaute en client une fois sur le site
- Il faut sans cesse analyser et optimiser les mots clés

**Attention!**



**Adblock**

TuTran.net

Web Maps Images Shopping Actualités Plus ▾ Outils de recherche   

Environ 587 000 000 résultats (0,72 secondes)

### Hotel à proximité de nice

Prix ▾ Note ▾ Catégorie d'hôtel ▾

Hôtel Beausoleil  
Aucun avis · Hôtel trois étoiles  
22, rue Assalit



AC Hotel Nice **128 €**  
3,2 ★★★★★ (5) · Hôtel quatre étoiles  
Style raffiné dans un cadre serein  
59 Prom. des Anglais



Le Negresco **228 €**  
4,2 ★★★★★ (105) · Hôtel cinq étoiles  
Jazz bar & boiseries en noyer  
37 Prom. des Anglais



 [Plus de résultats pour "hotel"](#)

[Les 10 meilleurs hôtels à Nice sur TripAdvisor - Prix et avis ...](#) 



hotel nice

Web Maps Images Shopping Actualités Plus Outils de recherche

Environ 587 000 000 résultats (0,46 secondes)

### 700 Hôtels à Nice - Hôtels à moitié prix - Booking.com

**Annonce** [www.booking.com/Nice-Hôtels](http://www.booking.com/Nice-Hôtels)  
4,5 ★★★★★ avis sur booking.com  
Réservez votre hôtel en ligne.  
Annulation gratuite · Service Clients 24/7 · Commentaires réels  
Booking.com a 4 367 281 abonnés sur Google+

Meilleur Tarif Garanti      Sans frais de réservation  
Réservez pour ce soir      Réservez Maintenant

### Hôtels Nice dès 48€ - Accorhotels.com

**Annonce** [www.accorhotels.com/Nice](http://www.accorhotels.com/Nice)  
ibis, HôtelF1, Mercure, Novotel. Réservez en toute Sécurité !  
1500 hôtels en France · Pour tous les budgets · Meilleurs tarifs assurés

#### Annonces

**460 Hôtels à Nice dès 28€**  
[www.trivago.fr/Hotel-Nice](http://www.trivago.fr/Hotel-Nice)  
trivago™ Hôtel à Nice jusqu'à -78%.  
Hôtels à Nice de 28€ à 180€ /nuit!

**Hôtels à Nice dès 12€**  
[hotel.govoyages.com/Nice.Hotel](http://hotel.govoyages.com/Nice.Hotel)  
4,4 ★★★★★ avis sur govoyages.com  
Offre limitée jusqu'à fin des mois.  
Hôtels pas cher Nice.

**Hôtels à Nice dès 26€**  
[www.venere.com/hotels/Nice](http://www.venere.com/hotels/Nice)  
Plus de 188 Hôtels à Nice.  
Offres Hôtels de 1\* à 5\* - Venere®

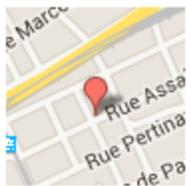
**Hôtels à Nice -30%**  
[www.hotels.com/Nice](http://www.hotels.com/Nice)  
Aucun frais de réservation!  
Réservez votre hôtel à Nice.

**404 Hôtels à Nice**  
[www.kayak.com/Hotels-Nice](http://www.kayak.com/Hotels-Nice)  
Des Bons Prix en Quelques Secondes

Hotel à proximité de nice

dim. 8 nov.    lun. 9 nov.    Prix    Note    Catégorie d'hôtel

**Hôtel Beausoleil**  
Aucun avis · Hôtel trois étoiles  
22, rue Assalit





# Le référencement payant

- COMMENT FAIRE ?

- Via Google Adwords

- ✓ Vous choisissez les mots-clés sur lesquels vous souhaitez être présent
- ✓ Vous choisissez le prix maximum que vous êtes prêt à payer
- ✓ Vous vous voyez attribuer une position

L'enchère la plus élevée n'obtient pas automatiquement la première place !!



Le Quality score dépend du taux de clics, de la pertinence du texte, de la page de destination, de l'historique de votre compte...



On estime que Google AdWords représente aujourd'hui près  
de

**90%**

des liens commerciaux sur le web...



- **Le service fonctionne sur le principe des enchères.** Si plusieurs annonceurs souhaitent se positionner sur une requête, l'annonce qui apparaîtra en meilleure place dans les résultats de Google sera celle qui a proposé la plus forte enchère.

Mais attention : le CPC maximum n'est pas le seul critère de « référencement » des annonces AdWords dans Google. Des critères liés à la pertinence jouent aussi.

- **Votre compte AdWords est géré en ligne**, ce qui signifie que vous pouvez créer une nouvelle campagne, modifier votre campagne (texte de l'annonce, zone géographique, budget...) et accéder aux statistiques en temps réel.

# I) S'inscrire



Google AdWords

Vous êtes déjà un client Google AdWords ? [Connexion](#)

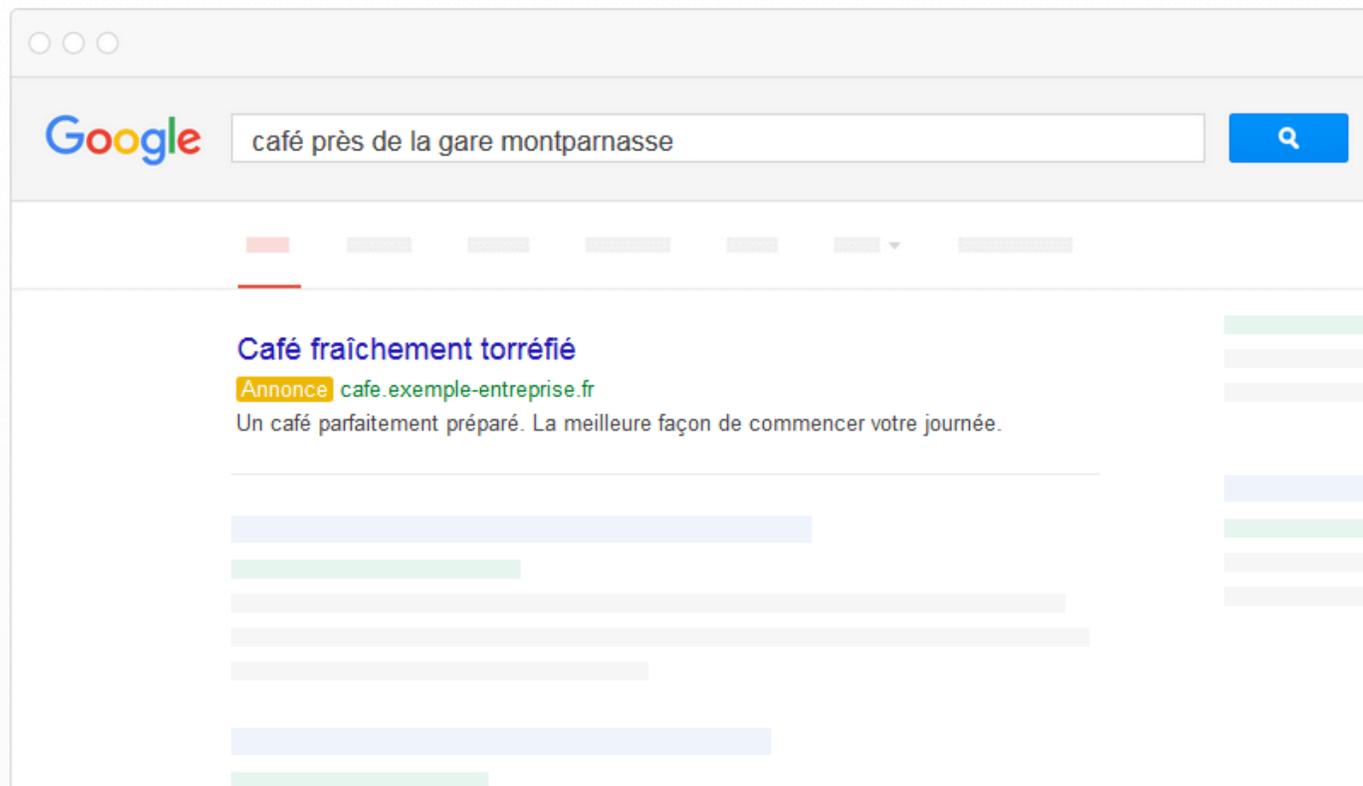
**Présentation** Avantages Fonctionnement Coûts Lancez-vous !

## Votre annonce sur Google dès aujourd'hui

Soyez visible des internautes lorsqu'ils recherchent sur Google vos produits ou services. Vous ne payez que lorsqu'ils cliquent sur une annonce pour se rendre sur votre site Web ou pour vous appeler.

[Commencer](#)

Assistance téléphonique gratuite : 0805 980 269 \*





# Vocabulaire

- Le **nom de votre campagne**: trouvez un nom qui permette de bien identifier la campagne.
- Le **type de la campagne**: type d'annonces et leur mode d'affichage.

Réseaux de Recherche = les annonces textuelles standards qui apparaissent dans Google Search.

Réseaux Display = les sites partenaires de Google (AdSense notamment)

- **Zones géographiques**: dans quelle zone géographique souhaitez-vous que vos annonces apparaissent ? Vous pouvez même choisir de ne cibler qu'une région ou qu'une ville en particulier.



- **Les appareils:** vous pouvez décider que vos annonces ne s'affichent que sur les ordinateurs, ou bien uniquement sur les appareils mobile, ou bien sur tous types d'appareils.
- **Langues:** Si vous diffusez une campagne en français, ce n'est a priori pas pertinent de choisir « toutes les langues ».



- La **stratégie d'enchères**: vous pouvez laisser Google optimiser pour vous le CPC dans le but d'obtenir le maximum de clics à partir d'un budget prédéterminé. Ou bien choisir de définir vous-même le CPC (si vous avez le temps de vous occuper).
- Le **budget quotidien**: désigne le budget que vous êtes prêt à dépenser chaque jour. Le montant que vous indiquez définit un budget maximum, un budget qui ne pourra pas être dépassé. Concrètement, une fois que votre budget maximum sera atteint au cours de la journée, vos annonces ne s'afficheront plus (jusqu'au jour suivant). Mais ce budget quotidien maximum ne sera pas forcément atteint tous les jours : cela dépend du comportement des internautes vis-à-vis de vos annonces AdWords.



# Quels mots utiliser?

[https://adwords.google.com/ko/KeywordPlanner/Home?\\_\\_u=5212304149&\\_\\_c=2931194149&authuser=0#start](https://adwords.google.com/ko/KeywordPlanner/Home?__u=5212304149&__c=2931194149&authuser=0#start)

Le **générateur de mots-clés de Google** ([KeyWord Planner](#)). Il indique les recherches les plus utilisées et précise les expressions utilisées par les internautes.

En plus de donner le volume mensuel de recherches sur telle ou telle expression, cet outil permet de connaître la concurrence des différents mots-clés.

# Plan



1. Référencement naturel ou gratuit
2. A/B Testing
3. Référencement payant
4. **Création et développement de site internet**
5. Google, aide moi à développer mon business
6. Et ça me rapporte quoi tout ça?

# La longue traîne







# Je fais appel à un prestataire

- Questions à poser:
  - Délais
  - Clarifier chaque ligne du devis
  - Chiffrage en nombre de jours
  - Détail de la prestation
  - S'il passe par un CMS
    - Lequel
    - Choix du template ou thème
    - Prix du template ou thème
  - A qui appartiendra le nom de domaine et l'hébergement
  - SAV
  - Formation
  - Sites déjà réalisés
  - Site responsive



# Doit contenir les informations suivantes

- **Présentation du prestataire** : Domaines de compétences, équipe, références, etc.
- **Reformulation du besoin** : Objectif du projet de création de site web, compréhension des enjeux, etc.
- **Organisation** : pilotage du projet, méthodologie, calendrier, livrables, etc.
- **Choix techniques** : technologies utilisées, architecture, hébergement, etc.
- **Découpage fonctionnel** : liste organisée des principales fonctionnalités avec un éventuel plan de charges
- **Graphisme et ergonomie** : plateforme de marque, identité graphique, expérience utilisateur, etc.
- **Arborescence et contenu** : arborescence des principales pages, liste et organisation des contenus
- **Référencement naturel** : Meta-informations, maillage interne et autres techniques SEO on-page
- **Promotion du site** : Plan marketing pour vous aider à mettre en place votre stratégie d'acquisition
- **Evolution et mises à jour** : Modalités maintenance Applicative / Evolutive
- **Proposition financière** : conditions financières, validité de l'offre, modalités facturation et paiement, etc.

Java



434€/j

PHP



324€/j

Ruby



451€/j

Javascript



378€/j

Python



427€/j

Scala



591€/j

# TARIFS DES FREELANCES WEB

Par compétence métier sur LA FABRIQUE DU NET



DÉVELOPPEUR FRONT-END

Junior : 300€/j

Senior : 500€/j



SEO

Junior : 400€/j

Senior : 700€/j



WEB MARKETING

Junior : 400€/j

Senior : 700€/j



WEB DESIGN

300€/j



SEA

500€/j



ANALYTICS

600€/j



Directeur Artistique  
800€/j



Directeur Conseil  
1500€/j



# Pour un site web

- à moins de 300€ / jour on est plutôt sur du low-cost,
  - de 300€ à 500€ / jour le positionnement est intermédiaire,
  - au-delà de 500€ / jour c'est plutôt cher et donc haut de gamme
- 
- Site vitrine : 1500€ environ
  - Site web : en fonction de la demande



N'oubliez pas...



THERE WILL ALWAYS BE SOMEONE WHO  
SAYS THAT THEY CAN DO IT CHEAPER...



**B**

**l**

**o**

**g**

JAN  
2015

# DIGITAL IN FRANCE

A SNAPSHOT OF THE COUNTRY'S KEY DIGITAL STATISTICAL INDICATORS



TOTAL  
POPULATION



**66.1**  
MILLION

URBANISATION: 86%

FIGURE REPRESENTS TOTAL NATIONAL  
POPULATION INCLUDING CHILDREN

ACTIVE  
INTERNET USERS



we  
are  
social

**55.4**  
MILLION

PENETRATION: 84%

FIGURE REPRESENTS ACTIVE WEB  
PAGE AND MOBILE CONNECTIONS

ACTIVE SOCIAL  
MEDIA ACCOUNTS



we  
are  
social

**30.0**  
MILLION

PENETRATION: 45%

FIGURE REPRESENTS ACTIVE USER  
ACCOUNTS, NOT UNIQUE USERS

MOBILE  
CONNECTIONS



we  
are  
social

**64.2**  
MILLION

vs. POPULATION: 97%

FIGURE REPRESENTS MOBILE  
SUBSCRIPTIONS, NOT UNIQUE USERS

ACTIVE MOBILE  
SOCIAL ACCOUNTS



we  
are  
social

**24.0**  
MILLION

PENETRATION: 36%

FIGURE REPRESENTS ACTIVE USER  
ACCOUNTS, NOT UNIQUE USERS

# 15 chiffres clés du e-commerce en 2014



19%

des ventes françaises proviennent du e-commerce



+ 14%

de cyberacheteurs vs 2013

67%

des ventes en ligne générées par moins de 1% des sites marchands



36%

des e-commerçants ne sont pas rentables

57%

des e-commerçants français vendent à l'international



48%

des internautes ont déjà renoncé à un achat par manque de bons de réductions

4,6 Md€

dépensés sur mobile



+47%

de croissance en un an pour le m-commerce

50%

des consommateurs consultent leur mobile en magasin



8%

c'est l'augmentation prévue du budget marketing digital des entreprises en 2015

44,8%

des avis en ligne sont biaisés



66%

des internautes sont déçus de l'utilisation des réseaux sociaux par les marques

51%

des internautes ont déjà utilisé le Click&Collect



71,3%

des 16-24 ans sont prêts à recevoir de la pub sur mobile pour payer moins cher

17%

des entreprises françaises utilisent les réseaux sociaux





# Différents languages







# WORDPRESS

Le CMS le plus populaire au monde

## 31%

Des sites mondiaux sont motorisés par une plateforme CMS

Part de marche des plateformes CMS en 2014



WordPress Joomla Drupal Autres Cms

## WORDPRESS : FAITS & CHIFFRES

### 2003

Lancement WordPress



### 98

versions depuis 2003 (mineures, importantes ou majeures)

### Jazz

Depuis la 1.2 chaque version porte le nom d'une vedette de Jazz



### +60

Le code source est mis à jour entre 60 et 80 fois par jour par les équipes de développeurs

### Benny

En hommage au clarinetiste "Benny Goodman", la dernière version 4.0 est baptisée "Benny"



### 275

contributeurs ont participé au développement de cette version

75 millions de sites créés sous WordPress

50% des sites sont sous le domaine wordpress.com

Traduit dans 40 langues

126 millions de visiteurs uniques chaque mois  
18<sup>ème</sup> site le + visité

36€ coût horaire moyen d'un développeur

30 000 extensions

## WORDPRESS...C'EST ENFIN

### 342

articles par minute

### 20 000

par jour

### 7,3 MILLIONS

par an

sources

[blog.mktlines.com](http://blog.mktlines.com)

[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

[www.parteja.net](http://www.parteja.net)

Réalisation: KAMEL LEFAFTA

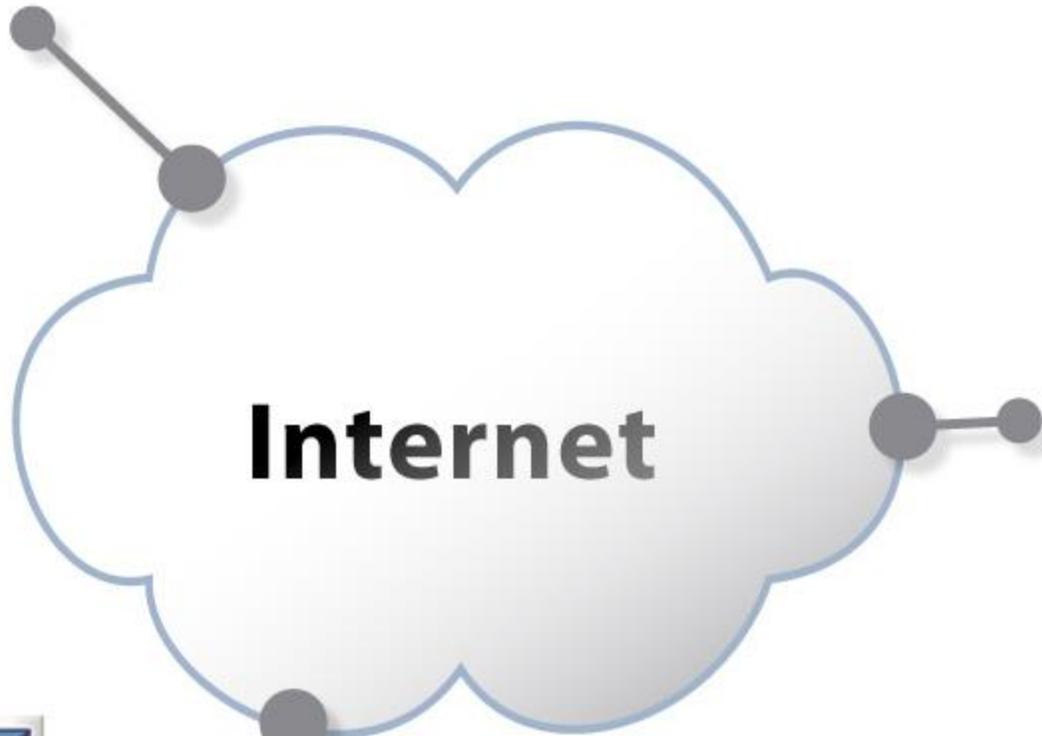
© [blog.lkconseil.com](http://blog.lkconseil.com)

Vous pouvez librement utiliser cette infographie à condition de citer l'auteur dans tous vos partages

@atkamel



**Poste Client**



**Internet**



**Poste Client**



**Serveur Web**

**Serveur ftp**  
Fichiers PHP



**WordPress**  
CMS



**Serveur BDD**  
(base de données MySQL)

# Dashboard

## Welcome to WordPress!

Dismiss

We've assembled some links to get you started:

### Get Started

[Customize Your Site](#)

or, [change your theme completely](#)

### Next Steps

- [Write your first blog post](#)
- [Add an About page](#)
- [View your site](#)

### More Actions

- [Manage widgets or menus](#)
- [Turn comments on or off](#)
- [Learn more about getting started](#)

### At a Glance

[1 Post](#)

[1 Page](#)

[1 Comment](#)

WordPress 4.3 running [Twenty Fifteen](#) theme.

### Quick Draft

[Save Draft](#)

### Activity

#### Recently Published

Today, 1:09 pm

[Hello world!](#)

### WordPress News



Pour aller plus loin...



WORDPRESS

WORDPRESS

**Bonnes pratiques**



# Conseil N° 1 : Utilisez 3 types de fonte Maximum



Parfois nous avons tendance à vouloir « en faire trop ».

Pour démontrer la qualité de votre site, il n'est pas nécessaire de faire des effets de style en utilisant plus de une ou deux fontes différentes, maximum trois.

Cela est également vrai pour l'utilisation de l'italique, des caractères gras, du soulignement. Vous devez les utiliser en respectant une grande discrétion.

Et SVP, évitez ça !

**www.ARNREN.net** (Fra 07.11.2004) < Frithjof i sin Fly-Bil

23 Butikker Teknologi & Gadgets Index el-retur

Index Search Slik Betaler du

Drone-Bike Løfteevne: 7kg kr. **19.998.-**

- Index
- Akvarium
- Alarm
- Alkotester
- ATV (el.)
- Bildefliser
- Bil (elektrisk) gas
- Bilbane
- Conrad-elektronik
- Digital-Kikkert
- Disko-Lys
- Dummy-Kamera
- DVD-Spiller
- Elektronikk & DAB
- EL-Scooter & Bil
- Figurer
- Golf-biler (m/skilt)
- Hobby & RC
- Hoverpod
- HP-Måler (Bil)
- Isbitmaskin
- Kamera (trådløst)
- Kino (bærbart)
- Kompass (Bil/Båt)
- Laser-Jamer (Bil)
- Luft-Jekk
- Lykt (oppladbar)
- Mobil-telefon-1.2
- Motorsykel-Mini
- Omformer (110V)
- Øversetter (44 språk)
- PC-mini (9") 2.
- Rakett-Fly
- RC Produkter
- Robot Hund

**Mercedes AMG**  
m/ Gummi-Hjul  
**2998.-**

**RC-Drone med Kamera**

**Walkere QR X350PRO**  
Gimble og Monitor,  
fra kr. **1.698.-** med GPS

**Nyhet!** Ingen alders-grense  
**Elektrisk-scooter**  
**Elektrisk-Fat - bike.**  
Snø-kjøring  
kr. **13.998.-**

**PEDALS**  
Uten skilter **7998.-**

Alle Produktene på denne siden lagerføres hos **ARNREN** i Oslo. Se Lagerkoden etter Prisene (lev. 2 - 5 dager):

- Er på Lager
- Kommer før 3 uker
- Lengre enn 3 uker

- Fjernstyrte Produkter**
- Forbruker Elektronikk
  - Batterier & Ladere, etc.
  - Elektriske-Kjøretøy
  - EI-ATV
  - Disko-Lys
  - Rakett-Fly
  - Roboter

**Kjøpsloven klikk her.**  
**Angreskjema klikk her.**

**EI-Kjøretøy ; T-Truck**  
fra kr. **119.998.-**

**EI-ATV til Barn & Voksne.**  
fra kr. **3998.-**

**JOHN DEERE**

3.998.- 4.998.- 4998.- 1998.- 2999.-

**el-scooter Elektrisk-ATV**

**Mercedes SUV m/ Gummi-Hjul**  
2998.- **Elektrisk-ATV**

**Skilt-ATV EI-Biler til Barn, Ungdom & Voksne**

**el-Sykel (21 kg), med Hydrauliske-Skivebremses.**  
Punkteringsfrie-dekk.  
fra kr. **7.998.-**

**Roboter**

Video

**EI-ATV (60V/2100watt) til Barn & Voksne.**  
**Elektrisk fra kr. 3998.-**

**EI-Bil ; Cross-Rider**  
fra kr. **89.998.-**

**Nyhet!**

**link**  
Oppladbar-Lykt (30mill.)  
Verdens Sterkeste.  
fra kr. **598.-**

**Nyhet!**

**Drone-bike**  
Last : Zoom Kikkert  
7 kg 20 - 144 x  
kr. **19.998.-** & Teleskop  
kr. **1998.-**

**FreeGo Sel-balanserende el-Scooter**  
fra kr. **19.998.-**

**Nyhet!**

**el-sykel**

**RC Tank i**

**Elektronikk**

**44 pråk**

**Lyd, Røk, Lys**

**RC Tank i**

**AT RACING 80km/t. 1:8**

**Tilbud!**

**4WD Truck 2.4 Ghz RC**  
fra kr. **1998.-**

**RC Produkter**

**el-jeep 9998.-**

**Elektrisk-ATV 6000 watt**  
kr. **59.998.-**

**EL-Scooter 5000 watt**  
kr. **29.998.-**

**Ta alltid ut 230Vac Adapteren når du ikke er tilstede, eller sover**

**Stvreenhet &**

**RC Fly-Båt**

Video



<http://www.villardieres.com/>



Ne vous est-il jamais arrivé de surfer sur un site web et de ne plus pouvoir retourner facilement au menu ou à la page d'accueil ?

Il est important que vos visiteurs, quel que soit la page de votre site sur laquelle ils se trouvent, puissent revenir soit à la page d'accueil du site, soit pouvoir utiliser un menu de navigation les conduisant vers les rubriques principales.

# Conseil N° 3 : Donnez une identité à votre site



Pour donner envie à vos visiteurs de revenir et de mémoriser votre site, vous devez lui donner une identité particulière.

C'est **VOTRE** site et non un autre, il ne doit pas pouvoir le confondre ou se dire « c'est le même genre de site que... ».

Vous devez démontrer à vos visiteurs que votre site n'est pas n'importe quel site mais un site qu'il doivent retenir car il ne le retrouveront pas ailleurs...



# Conseil N° 4 : N'oubliez pas le titre de vos pages « méta tags »

Nous trouvons bien sur la page que nous voulions visiter,  
Soit sur le même site si il y a une continuité dans les titres.

Cette information est également utile au référencement de votre site dans les moteurs de recherche.

Alors renseignez bien le titre de chaque page de votre site dans les « meta tags » et ne laissez pas apparaître uniquement le nom de la page « index.html ou « com-1-2.php » ,,



## Conseil N° 5 : Guider le visiteur (ou suis-je ?)

En plus de renseigner le titre de vos pages, il est important de rappeler à vos visiteurs

dans quelle rubrique, partie, de votre site il se trouve, surtout si votre site comporte de nombreuses page.

Utilisez par exemple une indication de style arborescence telle que :

Accueil / animaux / félins / chats

# Conseil N° 6 : Utilisez des dimensions et compatibilités standards



Vous devez consulter régulièrement, de mois en mois ou d'années en années les statistiques concernant le matériel et logiciels utilisés par les internautes pour accéder à votre site.

Par exemple, il est ridicule de construire votre site avec une largeur de page de 2000 pixels alors que la majorité des internautes surfent encore avec une résolution d'écran de 800 pixels de large.

Ceci est également vrai pour les navigateurs internet, les formats de fichiers que vous proposez de télécharger etc ...

# Conseil N° 7 : Pourquoi créer une FAQ



Simplement pour éviter aux visiteurs de votre site de chercher eux même une information ou d'avoir à vous la demander par email. Cela vous procurera deux avantages :

Vous recevrez moins de messages emails avec les mêmes questions se répétant de jour en jour, vous gagnerez donc du temps en n'ayant plus à y répondre.

Vous perdrez moins de visiteurs ou de clients, qui ne trouvant pas de réponse immédiate à leur interrogation, préféreront passer leur chemin.

# Conseil N° 8 : La page contact



N'ayez pas peur d'indiquer une page contact afin que les internautes puissent vous envoyer des messages email. Vous ne serez pas submerger par ceux-ci (à moins que votre site ne reçoive des dizaines de milliers de visiteurs chaque jour) et cela les rassurera de pouvoir vous joindre... au cas ou ...

# Conseil N° 9 : Vos coordonnées, votre téléphone



Pour compléter votre page « contact » il est intéressant d'indiquer au moins votre prénom et un numéro de téléphone, pourquoi pas un numéro de portable.

Pourquoi ?

Car cela donne plus d'humanité à votre site web. Les visiteurs pourront voir que le site n'est pas un « robot » mais qu'il est bien la propriété d'une personne, comme eux, qu'ils pourront joindre d'une façon moins anonyme que par messagerie email ...

# Conseil N° 10 : Planifiez vos mises à jour



Mettre à jour régulièrement est indispensable, un site qui n'est pas mis à jour, dans la majorité des cas, sera vite oublié et déserté.

Vous pouvez utiliser une astuce pour éviter cela : planifier des mises à jour.

Vous indiquez sur votre calendrier : « aujourd'hui mettre à jour la rubrique -chats- », une semaine plus tard la rubrique « chiens et tortues » etc ...

Cela vous permettra de ne pas laisser vos occupations quotidiennes vous faire

# Conseil N° 11 : Bannir les erreurs 404



Rien n'est plus désagréable que de visiter un site web, de cliquer sur un lien et de voir apparaître « cette page n'existe pas ».

Pour éviter cela :

Contrôlez régulièrement vos liens pour mettre à jour ceux qui ne fonctionneraient plus.

# Conseil N° 12 : L'importance du poids des pages



De nombreux internautes ne surfent qu'avec des connexions à bas débit ou avec un réseau de mauvaise qualité (étudiants, professionnels, vacances, à l'étranger ....) vous devez penser à eux.

Vous ne devez donc pas fabriquer pour votre site des pages comportant des images en trop grande quantité ou non optimisées. Vos pages se chargeront alors très lentement et ces visiteurs quitteront vos site immédiatement.

Même pour un internaute surfant en « haut débit » il est toujours désagréable de devoir attendre, plus que d'habitude, le chargement d'une page.

# Conseil N° 13 : Evitez les pub, pop-up



Même si celle-ci sont censées vous rapporter de l'argent, ou pire sont imposées par vos hébergeur (dans ce cas changez en) les publicités nuisent à la qualité de votre site.

Si vous désirez tout de même en afficher, laissez les très discrètes, un seul bandeau en haut de page, pour qu'elles ne nuisent pas à l'esthétique et surtout : pour qu'elles ne gênent pas la navigation (pop-up) ...

# Conseil N° 14 : Harmonisez les couleurs



Ce conseil peut vous paraître désuet mais, ne rencontrez vous pas des sites internet affichant des couleurs totalement différentes d'une rubrique (page) à une autre ?

Ce type de méthode est évidemment à proscrire, si vous désirez vous démarquer, passer plutôt votre temps à mettre à jour votre site ou à multiplier son contenu chaque jour, que de jouer les apprentis graphistes ... il vaut mieux un site sobre avec un contenu riche qu'un site « haut en couleur » mais vide ...

# Conseil N° 15 : Utilisez un langage accessible



A qui vous adressez vous ?

Rendez donc votre site compréhensible par tous, rédigez vos explications clairement, comme si vous vous adressiez à un enfant, renvoyez les explications très techniques à une rubrique d'aide ou dédié à cela ... restez simple ....

# Conseil N° 16 :Participez à des blogs



Une astuce très efficace pour booster votre trafic est de laisser des commentaires pertinents et intéressants sur les autres blogs à succès dans votre domaine.

Vous utilisez ainsi la popularité des autres blogs pour attirer du trafic vers le vôtre.

Vous pouvez trouver de nombreux blogs correspondant à votre niche en les cherchant tout simplement sur Google Blogs. Intéressez-vous uniquement aux blogs actifs.

# Conseil N° 17 : Écrivez pour les autres



L'une des meilleures astuces pour obtenir des liens vers votre blog est certainement de les créer vous-même

Certains sites/blogs autorisent la soumission d'articles.

C'est à dire que vous pouvez écrire et publier des articles.

Obtenez un max de commentaires Les commentaires que vous laissent vos visiteurs sont du contenu gratuit pour votre blog. Ce contenu est référencé dans les moteurs de recherche et représente donc une source de trafic à ne pas négliger.

# Conseil N° 18 : Faites des interviews



Contactez les blogueurs et les webmasters influents dans votre domaine et proposez leur de les interviewer.

Posez des questions de qualité et originales...

**Obtenir de bons backlinks**



# Plan

## Référencement

1. Référencement naturel ou gratuit
2. A/B Testing
3. Référencement payant
4. Création et développement de site internet

## e-réputation

1. **Google, aides moi à développer mon business**
2. Optimiser sa présence sur les réseaux sociaux
3. Et ça me rapporte quoi tout ça?



Google  
My Business







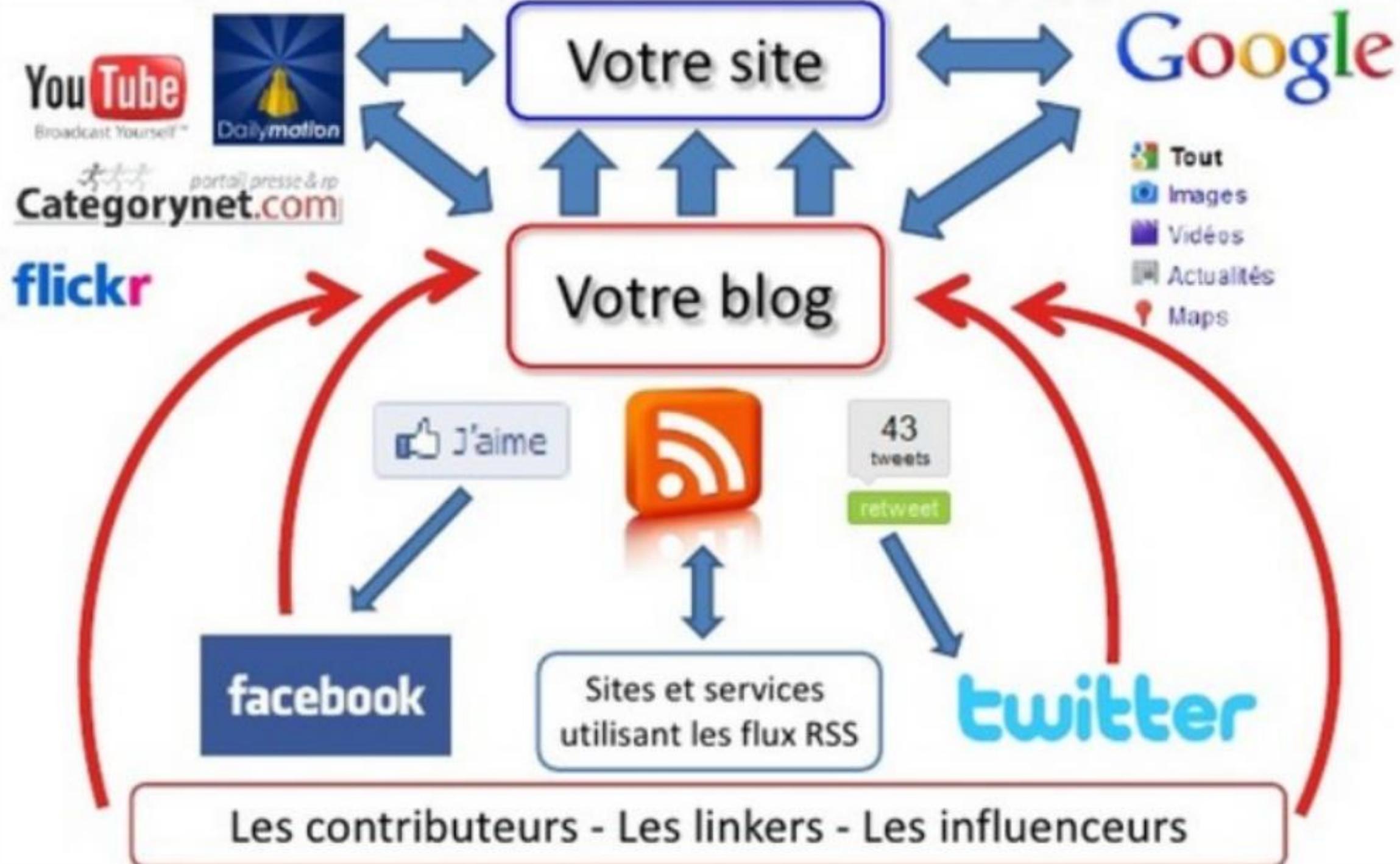
# Plan

## Référencement

1. Référencement naturel ou gratuit
2. A/B Testing
3. Référencement payant
4. Création et développement de site internet

## e-réputation

1. Google, aide moi à développer mon business
2. **Optimiser sa présence sur les réseaux sociaux**
3. Et ça me rapporte quoi tout ça?





SEO et SEA ont connait

**Une troisième notion s'ajoute pour constituer le SEM**

**Regroupe tous les leviers pour améliorer sa visibilité et son référencement sur le net, et cette notion c'est le SMO.**



# 7 objectifs pour une stratégie SMO

- **Générer du trafic vers votre site internet**
- **Atteindre des clients potentiels**
- **Améliorer votre e-réputation**
- **Créer une communauté active**
- **Valoriser vos contenus**
- **Acquérir des backlinks**
- **Améliorer votre SEO**



# 10 règles d'optimisation

1. **Créez du contenu qui se partage**
2. **Simplifiez le partage**
3. **Récompensez l'engagement**
4. **Favorisez la diffusion de votre contenu de manière pro-active**
5. **Soyez une ressource pour les internautes**
6. **Encouragez les utilisateurs à se réapproprier votre contenu**
7. **Participez aux conversations**
8. **Faites entrer dans votre stratégie SMO le processus de co-création**
9. **Restez vous-même**
10. **Expérimentez de nouvelles choses**



# Plan

## Référencement

1. Référencement naturel ou gratuit
2. A/B Testing
3. Référencement payant
4. Création et développement de site internet

## e-réputation

1. Google, aide moi à développer mon business
2. **Et ça me rapporte quoi tout ça?**