



THEMES DE FORMATIONS - ACCOMPAGNEMENT

*"Le savoir que l'on ne
complète pas chaque jour
diminue tous les jours"*



Une formation personnalisée au management

En fonction de vos objectifs et du niveau d'expérience des participants, nous construisons autour de nos thèmes de formation, des programmes pédagogiques adaptés.

Vos enjeux

Vos Enjeux

Faire de vos cadres de véritables leaders pour :

- Décliner votre stratégie en plans d'actions,
- Définir des objectifs réalisables
- Entretenir l'esprit d'équipe
- Créer une culture commune

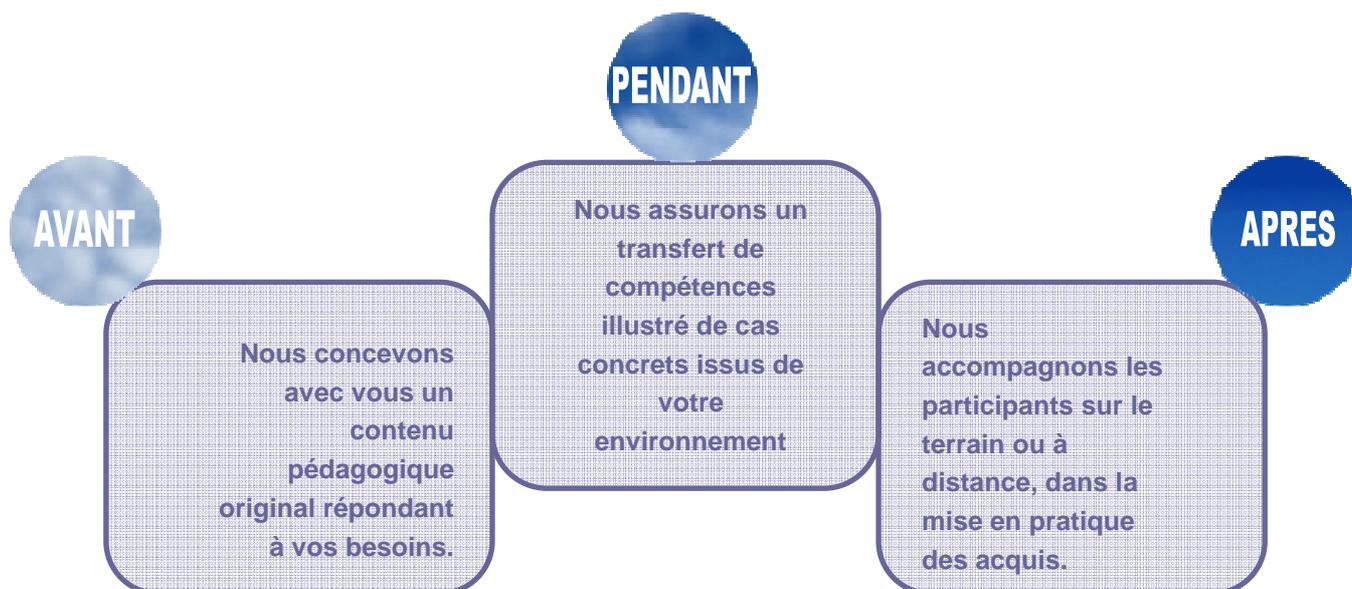


Nos Atouts

Vous faire bénéficier de notre expertise en :

- Management de projet
- Management d'équipes
- Animation d'équipes projet
- Gestion des ressources humaines
- Conseil en recrutement

Nos modes d'intervention



Nos principaux intervenants



Dominique Juge

Docteur en pharmacie, conseil en organisation, communication interne et externe et management avec gestion du changement et management de projet. Ancienne responsable de projets marketing d'un groupe pharmaceutique international, puis co créatrice d'une société innovante, elle mène des missions d'accompagnement de dirigeants et d'équipes.



Pierre-Yves Dumant

Consultant senior en organisation, spécialiste du management des systèmes d'information, de la conduite de projets et de l'accompagnement au changement. Il dispose de 14 ans d'expérience dans la fonction de formateur et de 20 ans en tant que responsable de direction de système d'information. Diplômé en mathématiques, en sciences humaines, et en sciences économiques.



David Gaudry

Consultant Formateur, bénéficie d'une double expérience de manager en entreprise (responsable commercial et marketing pendant 15 ans) et en société de conseil (direction d'équipes en gestion des ressources humaines et recrutement, 20 ans). Spécialiste de la gestion des ressources humaines, du management des hommes, de la conduite du changement au sein des projets, il intervient dans le secteur public comme dans le secteur privé.



Vincent Protat

Ingénieur des écoles Centrale et IFP. Spécialiste du management par projet. Il a exercé son expertise dans des domaines aussi variés que la compétition automobile, l'immobilier ou la stratégie des systèmes d'information (il a dirigé notamment la mise en place de l'ERP SAP au sein d'un groupe international).



Julia Haston

Consultante avec une longue expérience d'accompagnement dans les programmes et projets de changement, surtout dans le domaine des télécommunications



Vincent Coustillac

Ingénieur, dispose d'une expérience de 35 ans en entreprises internationales pour le développement de produits en milieu industriel, dans des fonctions de gestion de projet, de mise en place de PMO, de formateur et conseil interne en management. Expert pour la mise en place du management de portefeuille des projets en entreprise, la gestion globale des ressources, et les systèmes de contrôle centralisés des projets. Certifié PMP par PMI, et Practitioner MoP (Management of Portfolio).



Jacques Nicolle

Ingénieur, consultant en management de projet. Expert judiciaire auprès de la Cour d'Appel d'Aix en Provence et de la Cour d'Appel Administrative de Marseille. Animateur d'un réseau de spécialistes en management par projet. Intervient dans le Mastère « Management de Projets Technologiques » ESSEC-ENST.



Jean-Jacques Raynel

Avocat spécialisé en droit de l'informatique et de la propriété intellectuelle au sein d'une société d'avocats établie à Nice et à Paris. Il enseigne dans une Ecole Supérieure de Commerce et à l'Université dans des masters Management de Projets Technologiques. A été au cœur du débat juridique relatif au multimédia. Un domaine dans lequel il poursuit une démarche de dialogue permanent avec les chefs d'entreprises.



Serge Druesne

Consultant, diplômé de l'Université de Nice (Maîtrise informatique, DEA). Ingénieur Système IBM La Gaude. Ancien DSI de la Ville de Nice et de la Communauté Urbaine Nice Côte d'Azur. Il a mis en œuvre avec la Direction générale des Services Techniques de la Ville de Nice le management par projet et a conduit personnellement ou coordonné pendant plus de 20 ans, plusieurs dizaines de projets informatiques et télécoms.



Jean-Louis Rémy

Ingénieur, consultant en organisation, spécialiste en management de projet et formateur dans les domaines des systèmes d'information et du management des hommes. Ancien DSI d'un groupe industriel français, puis dirigeant de PME des secteurs Industries et Services.

Pour chaque intervenant, nous pouvons vous faire parvenir un CV détaillé mettant en évidence leurs domaines de compétences et leurs parcours professionnels.

Nos secteurs d'intervention

SECTEUR PRIVE

- Entreprises industrielles
- Sociétés de service
- Editeurs de logiciels
- Associations

SECTEUR PUBLIC

- Collectivités locales
- Collectivités territoriales
- Secteur hospitalier
- Services publics

Nous communiquons une liste de références nominatives sur demande.

Pourquoi faire appel à Net'sFive ?

L'approche pédagogique

- Plus opérationnelle que théorique.
- Fondée sur des cas concrets.

L'expérience professionnelle

- Basée sur la diversité et la complémentarité des animateurs.
- Illustrée par la richesse de nos pratiques de dirigeants.

L'accompagnement

- Pour suivre les stagiaires dans le passage de la théorie à la réalité du quotidien.
- Pour assister les chefs de projet dans leurs missions.

Les outils et les méthodes d'analyse

- Pour identifier les profils types de management des participants.
- Pour définir leurs capacités à communiquer.

Nos thèmes de formations

Management des projets

1	LE MANAGEMENT DE PROJET, GAGNER EN EFFICACITÉ	10
2	LE MANAGEMENT PAR LES CONTRAINTES ET LA CHAÎNE CRITIQUE.....	11
3	LE MANAGEMENT PAR PROJET : la force de la coordination	12
4	LE MANAGEMENT DE PORTEFEUILLE DE PROJETS.....	13
5	PLANIFIER UN PROJET	14
6	LA COMMUNICATION: L'OUTIL MAJEUR DU CHEF DE PROJET.....	15
7	CONDUIRE LE CHANGEMENT	16
8	L'ART DE NEGOCIER – L'ARME DU CHEF DE PROJET	17
9	COMMUNIQUER SUR SON PROJET: L'ENTREPRISE FACE AUX MÉDIAS.....	18
10	LE JURIDIQUE DANS LE MANAGEMENT DE PROJET	19

Management des équipes

11	MANAGER LES HOMMES AU SEIN D'UN PROJET.....	21
12	TOUS ACTEURS DU DEVELOPPEMENT DE L'ENTREPRISE	22
13	LE RECRUTEMENT: DU BESOIN À L'INTÉGRATION DU CANDIDAT RETENU	23
14	LE MANAGEMENT AU QUOTIDIEN.....	24
15	METTRE EN PLACE UN MANAGEMENT PAR OBJECTIF	25
16	CONSTRUIRE ET MANAGER UNE ÉQUIPE DE PROJET	26
17	DÉLÉGUER ET RESPONSABILISER	27
18	CONDUIRE UN ENTRETIEN DE RECRUTEMENT ET D'ÉVALUATION	28
19	GÉRER SES PRIORITÉS POUR GAGNER EN EFFICACITÉ.....	29
20	MOTIVATION DES ÉQUIPES	30
21	CREER UN TABLEAU DE BORD DE SUIVI D'ACTIVITE	31



Management des Projets

1 LE MANAGEMENT DE PROJET, GAGNER EN EFFICACITÉ

Durée:
2 jours

OBJECTIFS

- Apprendre à définir et piloter un projet pour se donner le maximum de chance de succès et de rentabilité dans sa mise en œuvre.
- Acquérir une méthode opérationnelle de définition, de préparation, de réalisation et de livraison d'un projet, dans le respect des délais et des coûts prévus.

PUBLIC CIBLE

- Toute personne impliquée dans un ou plusieurs projets, souhaitant gagner en efficacité dans la participation ou la conduite de ses projets grâce à une meilleure participation méthodologique.
- Managers, chefs de projets, consultants internes, membres d'équipes projet.

METHODE PEDAGOGIQUE

- Etudes de cas de projets réalisés ou en cours.
- Apprentissage des outils de pilotage. Gestion d'un projet par étapes. (montage, maîtrise & suivi, clôture, bilan).
- Rappels des fondamentaux du management de projet.

CONTENU PEDAGOGIQUE

Le management de projet

- Les deux dimensions : gestion et management.
- Une méthode en 4 étapes : montage, surveillance & maîtrise, clôture, bilan

Le montage du projet

- Objectifs, enjeux et périmètre
- Constitution de l'équipe et définition des rôles de chacun
- Les structures de concertation : comité de pilotage, comité de conduite du changement, équipe projet, groupes travail utilisateurs
- Evaluation des risques
- Planification et estimation des charges : définition des grandes étapes
- Budget du projet : valorisation, estimation, organisation, suivi
- Lancement du projet : plans de communication et de conduite du changement

Surveillance & Maîtrise

- Planification détaillée et décomposition par étape
- Suivre et maîtriser les délais (outils, fiches action, tableaux de bord...)
- Le suivi de projet : la maîtrise de l'avancement : piloter, anticiper, maîtriser
- Le suivi du chef de projet : méthodologie et outils de suivi
- La communication du suivi : sur les résultats, et qui fait quoi pour quand
- Le suivi du directeur de projet
- Le suivi budgétaire
- Management de l'équipe projet : la dimension humaine
- Conduite du changement : anticiper les étapes, de la résistance à l'acceptation

Clôture et bilan

- La réception utilisateurs : les essais et les tests
- Le manuel de recette : réception provisoire, réception définitive
- Les bilans techniques et humains : bilans des étapes, bilan du projet, synthèse.
- Réunion de clôture et communication de fin de projet

Les intervenants

Formateur Référent



Vincent Protat

Co-auteur du livre « Manager par les projets ». Expert en management de et par projet.

Autres formateurs

Jean-Louis Rémy
Julia Haston
Vincent Coustillac

2 LE MANAGEMENT PAR LES CONTRAINTES ET LA CHAÎNE CRITIQUE

Durée:
2 jours

OBJECTIFS

- Découvrir la théorie des contraintes et ses applications.
- Analyser les limites des méthodes actuelles de management de projet (chemin critique, nivellement de ressources, valeur acquise, simulation de Monte-Carlo).
- Comprendre et pratiquer les règles de la chaîne critique.
- Anticiper les changements de comportement.

PUBLIC CIBLE

- Dirigeants, Managers, Chefs de projets.

METHODE PEDAGOGIQUE

- Présentation rapide des concepts théoriques et échange de réflexions.
- Exercices pratiques sur MS Project.
- Synthèse de cours à l'aide de schémas heuristiques.

CONTENU PEDAGOGIQUE

JOUR 1

- **Introduction à la théorie des contraintes**
 - Principes
 - Applications
- **Problèmes et dilemmes du manager de projet**
 - Management de l'incertitude
 - Gestion du multi-tâches
 - Simulation des phénomènes
- **Planification avec la chaîne critique**
 - Séquencement des projets
 - Estimation à 50 et 90%
 - Ressources et chaîne critique
 - Tampons de projet et auxiliaires

JOUR 2

- **Synthèse et réflexions sur la planification par la chaîne critique**
- **Exercices de planification**
- **Suivi avec la chaîne critique**
 - Limite de la valeur acquise
 - Nouveaux indicateurs
 - Règles d'arbitrage
- **Chaîne critique et processus PMI**
- **Obstacles à la mise en œuvre**
- **Nouveaux comportements**

Les Intervenants

Formateur Référent



Jean-Louis Rémy

Expert en organisation et management. Il a dirigé des PME et accompagne des dirigeants dans leurs projets.

Autres formateurs

Vincent Protat
Eric Robin

3 LE MANAGEMENT PAR PROJET : la force de la coordination

Durée:
1 à 2 jours

OBJECTIFS

- Placer les projets au cœur de l'organisation et du management.
- Acquérir une méthode, des outils et une culture commune de gestion de projet.
- Apprendre à gérer en parallèle un ensemble de projets, le plus efficacement possible, avec un nombre limité de ressources.

PUBLIC CIBLE

- Direction d'entreprise, chefs de service, cadres, ...
- Responsables de programmes, chefs de projets, membres d'équipes projet ...
- Membres d'une organisation souhaitant améliorer et optimiser la gestion de leurs projets

METHODE PEDAGOGIQUE

- Etudes de cas concrets, exercices
- Apprentissage des outils
- Rappel des fondamentaux

CONTENU PEDAGOGIQUE

Le management par projet

- Les deux dimensions : l'organisation et la culture projet.
- Trois grands thèmes : la mise en place d'une nouvelle organisation, l'harmonisation des méthodes, l'animation et les outils.

Introduction : Concepts de base

- Qu'est-ce que le management par projet ?
- Pourquoi le management par projet ?

Mettre en place le management par projet

- Définir et mettre en place l'organisation
- Le portefeuille de projets et les règles d'arbitrage
- Conduire le changement
- Harmoniser la culture et les outils de management de projet
 - Montage
 - Surveillance & Maîtrise
 - Clôture
 - Bilan

Faire vivre le management par projet

- La coordination des projets
- Le management des ressources
- Les outils du management par projet

Synthèse

- Plus-value de la démarche
- Le bilan et les modalités d'optimisation permanente

Les intervenants

Formateur Référent

Vincent Protat



Co-auteur du livre « Manager par les projets ». Expert en management de et par projet.

Autres Formateurs

Jean-Louis Rémy
Julia Haston
Vincent Coustillac
Dominique Juge

4 LE MANAGEMENT DE PORTEFEUILLE DE PROJETS

OBJECTIFS

- Comprendre les bénéfices qu'apporte la gestion de portefeuille de projets pour le développement des organisations en ligne avec leurs objectifs stratégiques et pour une utilisation optimale de leurs ressources.
- Comprendre les fondations pour une gestion efficace du portefeuille des projets en entreprise, et comment les mettre en place.
- Placer la gestion de portefeuilles de projets dans l'entreprise dans un contexte favorable pour une intégration efficace.

PUBLIC CIBLE

- Toute personne impliquée dans la coordination des projets de l'entreprise, l'optimisation des ressources et l'alignement sur les objectifs stratégiques.
- Directeurs et membres des PMOs (Bureaux des Projets).
- Futurs responsables des portefeuilles de projets.

METHODE PEDAGOGIQUE

- Etude des fondamentaux en gestion de portefeuilles de projets.
- Revue des éléments clés et évidences de mise en place des fondamentaux.
- Etudes de cas, exercices

CONTENU PEDAGOGIQUE

Le management de portefeuille de projets

- Gestion de Portefeuille de Projets et Gestion de Projets / Programmes
- Les référentiels

La finalité et les avantages de la gestion de portefeuille de projets en entreprises

La gestion de portefeuille de projets dans l'entreprise (positionnement dans les organisations)

Les principes pour un contexte favorable

- L'engagement de la Direction
- L'alignement avec la gouvernance de l'entreprise
- L'alignement stratégique
- Le Project Portfolio office
- La culture du changement dynamisée

Les pratiques séquentielles de constitution du portefeuille

- Constituer l'image courante
- Catégoriser
- Prioriser
- Equilibrer
- Planifier

Les pratiques de management du portefeuille

- Le contrôle du portefeuille
- Le management de bénéfices
- Le management financier
- Le management des risques
- Le management des parties prenantes
- La gouvernance du portefeuille
- Le management des ressources

Les documents clés

Les rôles et entités clés

La mise en place (étapes de déploiement – maintien de la progression)

Les outils logiciels de pilotage du portefeuille

Les intervenants

Formateur Référent



Vincent Coustillac

Expert en Management de Portefeuille de Projets
Certifié PMP de PMI
Certifié 'Practitioner' MoP (Management of Portfolio).

Autres formateurs

Vincent Protat
Jean-Louis Rémy
Julia Haston

5 PLANIFIER UN PROJET

CONTENU PEDAGOGIQUE

OBJECTIFS

- Savoir créer et entretenir le cadre de travail dans un projet en vue de respecter le calendrier convenu avec le client pour la livraison des produits intermédiaires et final.

PUBLIC CIBLE

- Chefs de projet MOA (Maîtrise d'ouvrage) et MOE (Maîtrise d'oeuvre), responsable planning, PMO (Project Management Office).

METHODE PEDAGOGIQUE

- Approche pédagogique par étude de cas : pour privilégier la mise en situation dans des contextes différents, on peut envisager de mettre en place un véritable jeu d'entreprise.

Structuration du projet et organigramme des tâches

- Comment le découpage du projet selon plusieurs vues facilite la compréhension
- Les arborescences essentielles : PBS, WBS, OBS ou Quoi, Comment, Qui ?
- Les deux rivages à atteindre : la production et le projet ; conciliation des deux par le croisement des arbres PBS et WBS qui donne la matrice des tâches & acteurs
- Repérage des facteurs potentiels de succès ou d'échec pour le projet

PERT et chemin critique : identifier les liens et contraintes par un travail coopératif

- Rôles du PERT : réseau des tâches, cadre du projet, outil de communication
- Formulation des règles de base pour la construction du PERT
- Bien situer les contraintes immuables et les contournements possibles
- Pilotage : quelle place pour le PERT pour identifier les points de surveillance

GANTT planning opérationnel pour le suivi d'activités

- Facteurs clés du mode Gantt : pourquoi un planning opérationnel est indispensable
- L'affectation des ressources : définition, capacité et disponibilité
- Créer / valider / faire vivre le planning en continu : le suivi de l'avancement
- Traitement des jalons : succès, problèmes, crises

Outils de planification : principes et approche comparée

- Les principes de base des outils de planification : apports et limites
- Moteur d'affectation des ressources à capacité, durée ou effort fixé
- Moteur de mesure d'avancement : mode pourcentage ou mode temps passé
- Comparaison des principaux outils du marché

Les Intervenants

Formateur Référent



Pierre-Yves Dumant

Spécialiste du management des systèmes d'information (ancien responsable d'études), de la conduite de projets et de l'accompagnement au changement

Autres formateurs

Vincent Protat
Jean-Louis Rémy
Vincent Coustillac

6 LA COMMUNICATION: L'OUTIL MAJEUR DU CHEF DE PROJET

Durée:
1 jour

OBJECTIFS

- Permettre aux chefs de projet de mettre à profit les outils de communication pour mieux gérer leurs projets.

PUBLIC CIBLE

- Tout chef de projet souhaitant gagner en efficacité dans:
 - le management collectif et individuel de ses ressources.
 - la communication auprès des publics concernés par le projet.
 - la capacité à traiter les freins au changement.

METHODE PEDAGOGIQUE

- Etudes et analyses de situation issues de projets réalisés ou en cours.
- Apports théoriques avec support visuel.
- Analyse en groupe pour repérage des erreurs et bonnes pratiques.
- Accompagnement et transfert de compétences.

CONTENU PEDAGOGIQUE

Communiquer : pourquoi ?

Rappel de fondamentaux :

- Information/communication, écoute active, assertivité

Faciliter les échanges au sein de l'équipe projet

- Les techniques d'entretien
- Les techniques d'animation de réunion
- Les réunions de suivi de projet

Rendre compte au comité de pilotage

- Le tableau de bord : outil de suivi et de communication
- Le tableau de bord : une démarche collective
- Méthode et conception d'un tableau de bord (objectifs, indicateurs, mise en forme)

Gérer la relation client

- Identifier les interlocuteurs décideurs, influencer.
- Planifier le rythme et le contenu de la communication
- Gérer la relation maîtrise d'œuvre/maîtrise d'ouvrage
- Communiquer pour rassurer et s'assurer de la coopération du client

Négocier pour aboutir

- Identifier les attentes et objectifs de chacun
- La réunion de négociation : rôle des participants, de l'animateur
- Les étapes de la réunion de négociation
- Les techniques et outils de la réunion de négociation

Les Intervenants

Formateur Référent



Dominique Juge

Experte en communication et management des Hommes

Autres formateurs

David Gaudry
Jean-Louis Rémy

7 CONDUIRE LE CHANGEMENT

CONTENU PEDAGOGIQUE

OBJECTIFS

- Mettre en évidence les enjeux de la démarche d'accompagnement au changement.
- Associer conduite de projet et accompagnement au changement.
- Analyser les résistances au changement.
- Anticiper les conflits et blocages potentiels.
- Bâtir une stratégie d'alliance.

PUBLIC CIBLE

- Tout chef de projet souhaitant gagner en efficacité dans:
 - le management collectif et individuel de ses ressources
 - la capacité à traiter les freins au changement jusqu'à l'adhésion des propositions

METHODE PEDAGOGIQUE

- Etudes et analyses de situation issues de projets réalisés ou en cours
- Apports théoriques avec support visuel
- Analyse en groupe pour repérage des erreurs et bonnes pratiques
- Accompagnement et transfert de compétences

Les fondamentaux de la gestion de projet

- Les 4 étapes de la gestion de projet
- Les grands principes de la gestion de projet (cycle de vie cycle produit)
- Les étapes du management de projet

Qu'est ce que le changement

- Les caractéristiques d'une situation de changement
- Attitudes des hommes face au changement
- Analyse de situations de changement vécues

L'importance de la communication

- Quelle communication pour quel public à quel moment ?
- Les leviers de la communication
- La mesure des effets de la communication
- La communication : outil fondamental de la conduite du changement

Identifier et maîtriser les situations de changement

- Anticiper et gérer les conflits latents
- Identification, analyse et gestion des résistances au changement.
- Mesurer l'engagement des équipes projet

De la résistance au changement à l'adhésion au projet

- Identifier les facteurs de résistance et les freins au changement
- Planifier une communication pour chaque frein
- Communiquer sur le changement
- Identifier les acteurs clés et mettre en place une stratégie d'alliés.

Les Intervenants

Formateur Référent

Jean-Louis Rémy



Expert en organisation et management. Il a dirigé des PME et accompagne des dirigeants dans leurs projets.

Autres formateurs

Julia Haston
David Gaudry
Vincent Protat
Vincent Coustillac

CONTENU PEDAGOGIQUE

OBJECTIFS

- Cerner son interlocuteur (responsabilité, ancienneté, poste, typologie, ...)
- Formuler clairement sa demande (quoi, pourquoi, quand)
- Définir, surmonter les difficultés (cas de refus ou de délai dépassé)
- S'adapter aux changements

PUBLIC CIBLE

- Toute personne impliquée dans un ou plusieurs projets, souhaitant gagner en efficacité dans la relation à l'autre grâce à une communication efficace
- Managers, chefs de projets, consultants internes, membres d'équipes projet.

METHODE PEDAGOGIQUE

- Apports théoriques avec support visuel
- Analyse en groupe pour repérage des erreurs et bonnes pratiques
- Jeux de rôles- mises en situation
- Accompagnement et transfert de compétences

Faciliter les échanges « one to one » et au sein d'une équipe

- Rappel de fondamentaux : information/communication, écoute active, assertivité
- Les techniques d'entretien
- Les modalités d'animation de réunion de négociation

Gérer la relation client

- Identifier ses forces et ses freins dans la relation
- Identifier les interlocuteurs décideurs, influenceurs
- Rechercher les motivations et traiter les freins éventuels de son interlocuteur
- Construire sa communication en respectant l'objectif à négocier et le cadre de référence de son interlocuteur
- Planifier le rythme et le contenu de la communication
- Communiquer et s'assurer de la coopération du client

Négocier pour aboutir

- Identifier les attentes et objectifs de chacun
- La réunion de négociation : rôle des participants, de l'animateur
- Les étapes de la réunion de négociation
- Les techniques et outils de la réunion de négociation
- **La question des « situations difficiles »**
- Les sources du conflit
- Stratégies et attitudes face au conflit
- Approches et résolution de conflit
- De la négociation à la médiation
- Mise en situation/"one to one " et en groupe
- Bilan oral des participants : acquis, améliorations, objectifs
- Synthèse et questionnaire de satisfaction

LES INTERVENANTS

Formateur Référent



Dominique Juge

Experte en communication et management des Hommes

Autres formateurs

Jean-Louis Rémy
David Gaudry

9 COMMUNIQUER SUR SON PROJET: L'ENTREPRISE FACE AUX MÉDIAS

Durée:
1 jour

CONTENU PEDAGOGIQUE

OBJECTIFS

- Permettre aux chefs de projet et aux dirigeants d'entreprises ou d'institutions de mettre à profit la stratégie définie de communication et ses outils pour bien et mieux faire connaître les projets de l'entreprise ou de l'institution auprès des médias.

PUBLIC CIBLE

- Chefs de projets, dirigeants d'entreprises ou d'institutions ne disposant pas de service de communication intégré.

METHODE PEDAGOGIQUE

- Etudes & analyses des médias qui « entourent » l'entreprise par cercles concentriques.
- Définition d'une ou plusieurs stratégies de communication.
- Analyse en groupe pour repérage des erreurs et bonnes pratiques.
- Accompagnement et transfert de compétences.

Le stage s'appuie sur des cas concrets, qui « répondent » à la problématique de communication du projet

Le Message de l'entreprise ou de l'institution

- La stratégie et le plan de communication du projet
- Les cibles de la communication du projet : les relais d'information et d'opinion

Les "manières de fonctionner" des médias

- Quel type d'information attendent les médias ?
- Comment les médias traitent-ils l'information *corporative* ou institutionnelle ?
- Les différences de niveaux de traitement, en fonction de l'actualité et/ou de l'intérêt de l'information.

Les relations Entreprise – Médias: "Je t'aime, moi non plus"

- Comment construire, alimenter et entretenir son « réseau » médiatique. La « veille » médiatique.
- Comment mesurer les résultats d'une communication presse

LES INTERVENANTS

Formateur Référent



Dominique Juge

Experte en communication et management des Hommes

Autres formateurs

Jean-Louis Rémy

10 LE JURIDIQUE DANS LE MANAGEMENT DE PROJET

Durée:
1 jour

CONTENU PEDAGOGIQUE

OBJECTIFS

- Permettre aux chefs de projet et dirigeants d'entreprises ou d'institutions de mieux appréhender l'apport du juridique dans la maîtrise des risques d'un projet.

PUBLIC CIBLE

- Toute personne impliquée dans un ou plusieurs projets.
- Managers, chefs de projets, juriste interne.

METHODE PEDAGOGIQUE

- Etudes de cas de projets réalisés ou en cours.
- Etude de cas de situations à risques.

Le juridique et le management de projet

- Le « Management juridique » et le « juridique dans le management de projet »
- Les enjeux de l'intégration du juridique dans le management de projet
- La méthode pour intégrer le juridique dans le management de projet

Le montage du projet

- En échos à la démarche de management de projet (les 10 étapes du montage) la cohérence des démarches contractuelles
- La phase précontractuelle
- Le cahier des charges
- Le contrat : la force de l'équilibre

Surveillance & Maîtrise

- L'exécution du contrat : les obligations d'information, de collaboration et de participation
- Gestion des risques : l'obligation de moyen et l'obligation de résultat
- Le pré-établissement de la preuve
- Animation d'équipe et le droit social
- Les délais d'exécution : indicatifs, impératifs, la gestion des tolérances
- La gestion des avenants

Clôture et bilan

- La réception, acte juridique : modalités
- Le référentiel de conformité
- La gestion des conflits : accords amiable et règles d'arbitrage

Les Intervenants

Formateur Référent



Jean-Jacques Raynel

Avocat spécialisé en droit de l'informatique et de la propriété intellectuelle. A été au cœur du débat juridique relatif au multimédia

Autre formateur Jacques Nicolle

Expert près de la Cour d'Appel d'Aix en Provence et de la Cour d'Appel Administrative de Marseille



Management des Equipes

11 MANAGER LES HOMMES AU SEIN D'UN PROJET

OBJECTIFS

- Permettre aux chefs de projet de prendre toute la dimension de leur rôle d'animateur d'équipe au sein du management de projet.

PUBLIC CIBLE

- Tout chef de projet souhaitant gagner en efficacité dans:
 - le management collectif et individuel de ses ressources.
 - la motivation de son équipe.
 - la capacité à traiter les freins au changement.

METHODE PEDAGOGIQUE

- Etudes et analyses de situation issues de projets réalisés ou en cours.
- Apports théoriques avec support visuel.
- Simulation de mise en situation.
- Accompagnement et transfert de compétences.

CONTENU PEDAGOGIQUE

Le rôle du manager

- Spécificités du management de projet
- La dynamique et la gestion d'équipe
- Les responsabilités du manager

Les styles de management

- Historique
- Identifier son style de management
- Adapter son management aux circonstances

La motivation

- Essai de définition
- Management et motivation
- Les principes de motivation
- Démarches et techniques de motivation

La délégation

- Pourquoi déléguer
- Comment déléguer

La communication interne

- Information et communication
- Importance et impact de la communication
- Management et communication

La conduite d'entretien et de réunion

- Attitudes à mettre en œuvre
- Les outils de communication efficace
- Préparation et animation

La gestion des conflits

- Prévention des conflits
- Résolution des conflits
- Comprendre le conflit
- Résolution du conflit

Les Intervenants

Formateur Référent



David Gaudry

15 ans de management en entreprise
20 ans de management en société conseil

Autres formateurs

Dominique Juge
Jean-Louis Rémy

12 TOUS ACTEURS DU DEVELOPPEMENT DE L'ENTREPRISE

Comment augmenter votre Chiffre d'Affaire avec l'appui de tous vos collaborateurs

Durée:
2 à 3 jours

OBJECTIFS

- Appréhender et maîtriser la relation client.
- Mettre en place les fondations d'une organisation où tous sont acteurs du développement de l'entreprise
- Fournir les moyens d'une animation commerciale efficace (outils, culture commune).

PUBLIC CIBLE

- Toute société de service dont les collaborateurs passent un temps significatif au sein des entreprises clientes (Expert-comptable, SSII, etc.).
- Managers, cadres, chargés de mission, collaborateurs en contact avec la clientèle.

METHODE PEDAGOGIQUE

- Etudes et analyses de situations réelles.
- Packaging de services
- Apports théoriques avec support visuel.
- Jeux de rôles sur préparation et conduite d'entretiens, bilan de mission, entretien de réseau, ...
- Accompagnement et transfert de compétences.

CONTENU PEDAGOGIQUE

Le développement commercial : un souci permanent, une démarche collective

Le trépied du développement

- Les clients à capter, fidéliser, écouter
- L'entreprise : sa stratégie commerciale, l'implication des ressources dans l'animation commerciale
- L'offre de services : packaging de services, personnalisation, support documentaire

La trilogie gagnante de la démarche

- Une stratégie claire et partagée, déclinée par produits et par clients - **Volonté**
- Une culture commerciale commune (attitude, questionnement, outils) - **Compétence**
- Un management commercial sous contrôle (animation, reporting, planning, accompagnement) - **Organisation**

Le triptyque de relation commerciale client

- **AVANT** le contrat
 - Connaître son client.
 - Faire connaître son offre
 - Réussir son rendez vous
 - Négociation et conclusion
- **PENDANT** l'exécution du contrat
 - Renforcer la confiance
 - Identifier d'autres besoins (écouter, traduire)
 - Transmettre
- **APRES** la clôture du contrat
 - Susciter la recommandation
 - Solliciter le témoignage
 - Ouvrir sur d'autres services

Bilan de la stratégie et de la démarche

« Tout ce qui se mesure permet de s'améliorer »

- Bilan sur l'atteinte des objectifs commerciaux
- Bilan économique
- Bilan humain (implication des ressources)
- Bilan technique sur les services (package, pertinence)

Planning de mise en œuvre

Un mémento des essentiels de la démarche est remis à chaque participant



Les intervenants

Formateur Référent



Dominique Juge

Experte en communication et management des Hommes

Autres formateurs

Vincent Protat
Julia Haston

13 LE RECRUTEMENT: DU BESOIN À L'INTÉGRATION DU CANDIDAT RETENU

OBJECTIFS

- Permettre à des personnes qui participent ou qui gèrent des recrutements de compléter leur démarche intuitive par une approche méthodique.

PUBLIC CIBLE

- Toute personne susceptible de participer au recrutement de ses collaborateurs.

METHODE PEDAGOGIQUE

- Exposés théoriques
- Exercices individuels et collectifs
- Etudes de cas
- Simulations de mise en situation.

CONTENU PEDAGOGIQUE

La raison d'être du recrutement

- Création de poste
- Remplacement de poste

Le poste à pourvoir : définir le besoin et la fonction

- Sa mission, ses activités
- Sa position dans l'organigramme
- Ses évolutions possibles

Les compétences liées au poste

- Les critères de sélection (indispensables, importants et secondaires)

L'identification des candidats

- En interne, les écoles, les institutionnels
- La presse, les sites internet
- L'approche directe

Les phases de sélection

- Le tri des CV, L'entretien téléphonique
- L'entretien de sélection : le fond, la forme
- La constitution d'une « short List »
- Les tests psychotechniques

La validation du passé professionnel

- En entretien
- Auprès des anciens employeurs

Le choix des candidats

- Matrice de décision (critères pondérés)
- Une démarche collective

L'intégration du nouveau collaborateur

« Recruter, c'est identifier une personne dont les compétences et le comportement sont en adéquation avec le poste à pourvoir et avec son évolution possible »

Les Intervenants

Formateur Référent



Dominique Juge

Experte en communication et management des Hommes

Autres formateurs

David Gaudry
Jean-Louis Rémy
Pierre-Yves Dumant

Durée:
2 jours

14 LE MANAGEMENT AU QUOTIDIEN

CONTENU PEDAGOGIQUE

OBJECTIFS

- Permettre à de nouveaux cadres d'acquérir les principes fondamentaux du management ou d'améliorer leurs performances dans ce domaine.
- Passer du stade de « faire » à celui de « faire faire ».

PUBLIC CIBLE

- Toute personne devant exercer prochainement des fonctions de responsable d'équipe ou occupant ce poste depuis peu de temps.

METHODE PEDAGOGIQUE

- Exposés théoriques.
- Exercices individuels et collectifs.
- Etudes de cas.
- Jeux de rôle et simulations de mise en situation.

Le métier de manager

- Pourquoi manager ?
- Les droits et les devoirs du manager
- Connaître son style de management
- Donner du sens à l'action

Organiser et accompagner le travail de son équipe

- Déléguer pour mieux gérer son temps
- Fixer les objectifs (SMART) suivre l'avancement

Clarifier les règles du jeu,

- Définir les rôles
- Animer les réunions

Animer son équipe pour motiver

- Informer sur le partage des rôles
- Négocier au quotidien : la démarche assertive
- Communiquer : l'obsession du manager
- L'écoute active
- Créer les conditions de la motivation
- Comprendre, gérer ou éviter le conflit

Accompagner les situations de changement

- Identifier ce qui change
- Communiquer pour convaincre
- Gérer les résistances.

Les Intervenants

Formateur Référent



Dominique Juge

Experte en communication et management des hommes

Autres formateurs

Jean-Louis Rémy
David Gaudry
Pierre-Yves Dumant

15 METTRE EN PLACE UN MANAGEMENT PAR OBJECTIF

Durée:
2 jours

CONTENU PEDAGOGIQUE

OBJECTIFS

- Sensibiliser les participants à l'importance de la fixation d'objectifs.
- Homogénéiser les pratiques managériales au sein d'une même entité.
- Insister sur l'importance de l'interdépendance entre objectifs et évaluation.

PUBLIC CIBLE

- Tout personne ayant des responsabilités d'encadrement opérationnel ou fonctionnel.

METHODE PEDAGOGIQUE

- Rappels théoriques et méthodologiques.
- Etudes de cas.
- Entraînement à la formulation d'objectifs individuels à partir d'objectifs de service et/ou d'entreprise.
- Travaux de groupe : formulation de critères d'appréciation pour des objectifs fonctionnels, opérationnels, et comportementaux.
- Mise en situation manager/collaborateurs par jeux de rôles.

Pourquoi manager par objectif ?

- Fixer les buts à atteindre
- Préciser les moyens à mettre en œuvre
- Définir les critères d'évaluations et de réussite
- Motiver et faire progresser les équipes.

Définir et formuler un objectif

- Une méthode simple et efficace
- Les difficultés rencontrées
- Objectifs collectifs, objectifs individuels.
- Objectifs permanents, objectifs ponctuels
- Objectifs de métier, de management, de comportement, de formation

Le suivi des objectifs

- Manager par la performance, mesurer les écarts
- Recadrer les objectifs en cours de réalisation

Objectifs et évaluation

- De l'entretien d'évaluation à l'entretien de développement
- L'entretien d'évaluation: un acte de négociation
- L'entretien de développement : un contrat pour l'avenir
- Evaluation et développement : une démarche permanente

« Vous ne pouvez pas reprocher à quelqu'un de ne pas avoir fait ce que vous ne lui avez pas demandé »

Les Intervenants

Formateur Référent



David Gaudry

15 ans de mangement en entreprise
20 ans de management en société conseil

Autres formateurs

Pierre-Yves Dumant
Dominique Juge
Jean-Louis Rémy

16 CONSTRUIRE ET MANAGER UNE ÉQUIPE DE PROJET

CONTENU PEDAGOGIQUE

OBJECTIFS

- Permettre aux chefs de projet de gagner en efficacité dans le choix et la constitution de leur équipe projet en passant d'une logique hiérarchique à une logique projet ou transversale.
- Répondre aux fondamentaux du management dans le cadre d'un projet : définir et fixer les objectifs, coordonner et animer les ressources, suivre et valider les résultats.

PUBLIC CIBLE

- Tout chef de projet souhaitant gagner en efficacité dans:
 - *le management collectif et individuel de ses ressources.*
 - *la synergie et la complémentarité des ressources mises à sa disposition.*

METHODE PEDAGOGIQUE

- Etudes et analyses de situations issues de projets réalisés ou en cours.
- Apports théoriques avec support visuel.
- Analyse en groupe pour repérage des erreurs et des bonnes pratiques.
- Accompagnement et transfert de compétences.

Constituer une équipe cohérente

- Qu'est ce qu'une équipe projet ?
- Constitution d'une équipe projet
- Identification des compétences nécessaires au projet
- Organisation d'une équipe projet
- Création de la cohésion d'une équipe projet

Faire adhérer l'équipe au projet

- « Vendre » le projet à l'équipe
- Identifier les zones de progrès potentielles, personnelles et collectives
- Rôle et responsabilité de chacun : une organisation partagée et acceptée
- Les leviers pour dynamiser votre équipe
- Communiquer sur les objectifs

Accompagner les membres de l'équipe

- Ce que le manager attend de son équipe : réalisation et remontées d'informations
- Ce que l'équipe attend de son manager : planification et distribution des tâches
- Associer les compétences, créer des synergies
- Prévoir, comprendre et résoudre les conflits

Partager les objectifs et évaluer les résultats

- Donner du sens à l'action, fixer les objectifs
- Coordonner les ressources, suivre l'action, traiter les écarts
- Répondre aux difficultés du groupe, assurer le résultat
- Analyser les résultats et dresser les bilans

Les Intervenants

Formateur Référent



Jean-Louis Rémy

Expert en organisation et management. Il a dirigé des PME et accompagne des dirigeants dans leurs projets.

Autres formateurs

Pierre-Yves Dumant
David Gaudry

17 DÉLÉGUER ET RESPONSABILISER

CONTENU PEDAGOGIQUE

OBJECTIFS

- Responsabiliser ses collaborateurs dans l'ensemble de leur mission.
- Utiliser la délégation comme outil de management.
- Réussir toutes les étapes de la délégation : préparation, mise en place, suivi, bilan.

PUBLIC CIBLE

- Toute personne ayant un rôle d'encadrement.

METHODE PEDAGOGIQUE

- Identifier les conditions favorables de mise en place de la délégation.
- S'approprier les modes contrôle de la délégation.

Responsabiliser ses collaborateurs

- La mission : une relation contractuelle, les objectifs, les moyens, le contrôle des résultats
- Risque et responsabilité

La délégation : outil de management

- Le contexte de la délégation : pourquoi déléguer ? Quoi déléguer ? A qui déléguer ? Faire évoluer les relations hiérarchiques par la délégation
- Fixer les objectifs de la délégation
- S'interroger sur les facteurs de motivation, de démotivation
- Rappel des modélisations de la motivation

La délégation au quotidien

- Présenter et argumenter la délégation et en négocier les modalités : savoir écouter, traiter les résistances
- Fixer les règles du jeu à appliquer durant la délégation
- Laisser mûrir et décider : le droit de dire non
- Développer la relation de confiance
- Définir et respecter les étapes de contrôle
- Valider la mise en œuvre.

Le Bilan de la délégation

- La mesure du résultat
- Formaliser la réussite, corriger les écarts
- Formuler les messages de reconnaissance

Les Intervenants

Formateur Référent

Jean-Louis Rémy



Expert en organisation et management. Il a dirigé des PME et accompagne des dirigeants dans leurs projets.

Autres formateurs

Pierre-Yves Dumant
David Gaudry
Jacques Nicolle

18 CONDUIRE UN ENTRETIEN DE RECRUTEMENT ET D'ÉVALUATION

OBJECTIFS

- Compléter le savoir faire intuitif par une méthodologie rigoureuse.
- Permettre aux participants de conduire l'entretien en se fixant des objectifs préalables pour évaluer les candidats par rapport au poste à pourvoir.
- Pouvoir apprécier aussi bien les capacités techniques que comportementales.

PUBLIC CIBLE

- Toute personne qui reçoit des candidats extérieurs ou membres de l'entreprise, et qui doit se prononcer sur leur adéquation par rapport au poste à pourvoir.
- Collaborateurs d'une DRH ou membre d'un service, participant aux sélections des candidatures par entretien.

METHODE PEDAGOGIQUE

- Analyse de cas à partir de CV reçus pour un recrutement : tri, estimation points forts points faibles, préparation des objectifs de l'entretien.
- Simulation d'entretiens filmés au caméscope.
- Formulation de questions pour appréhender des points techniques et comportementaux.

CONTENU PEDAGOGIQUE

L'entretien de recrutement

- Acte de vente ou acte d'achat ? une étape privilégiée du processus de recrutement
- L'analyse d'une adéquation par rapport au poste à pourvoir, pas un jugement
- Les différents types d'entretiens
- Principales causes de difficultés pour mener un entretien.
- Une méthodologie en quatre phases : la préparation, l'accueil, le déroulement, la conclusion

La préparation de l'entretien

- L'analyse du poste à pourvoir : quel type de profil et pourquoi
- L'analyse du dossier de candidature (CV, lettre de motivation, compte rendus précédents...)
- Identification des points d'adéquation, d'incertitude, et de différenciation
- Organisation logistique de l'entretien

L'accueil

- Avant et pendant l'entretien : rechercher la juste mesure, les travers à éviter

Le déroulement

L'efficacité d'un entretien repose sur :

- la maîtrise conjuguée de plusieurs savoirs: structurer l'entretien, définir ses règles du jeu, observer le candidat (attitudes, réactions) questionner (technique de la spécificité) écouter (écoute active)
- la pertinence des questions à poser pour chaque point à aborder
- la prise de notes pendant l'entretien

La conclusion

- Savoir terminer un entretien : synthèse, information sur les prochaines étapes
- Rédiger une synthèse d'entretien

Les Intervenants

Formateur Référent



Dominique Juge

Experte en communication et management des hommes

Autres formateurs

Jean-Louis Rémy
David Gaudry

OBJECTIFS

- Amener les participants à prendre conscience que le gain de temps dépend d'abord de soi et de sa volonté et moins de ses contraintes d'environnement.
- Permettre à chacun, en fonction de son organisation personnelle, de trouver des pistes de gain de temps et d'efficacité en sachant faire la différence entre « éviter de perdre du temps » et « savoir gagner du temps ».

PUBLIC CIBLE

- Toute personne travaillant seule ou en équipe, dont l'utilisation optimum de son temps est une composante importante de sa performance comme de son équilibre personnel.
- Managers, collaborateurs quelque soit leur position hiérarchique.

METHODE PEDAGOGIQUE

- Analyse et commentaires sur des plannings quotidiens.
- Exercices d'action-analyse, et de fiches aide mémoire.
- Questionnaires de diagnostics individuels.
- Apprentissage d'outils de gestion de temps.
- Cadrage théorique sur les thèmes fondamentaux.

CONTENU PEDAGOGIQUE

Reflexion préalable

- Le temps : un concept qualitatif et quantitatif
- Cerner son rapport au temps
- Les voleurs de temps
- Gagner du temps, cela s'apprend : le concept de l'immédiat
- Distinguer l'important de l'urgent

Se préparer

- La gestion du temps : se préparer et passer à l'action
- Se prendre en main
- Cerner ses axes de progrès
- Fixer ses objectifs

Passer à l'action

- Définir les priorités
- Définir le degré qualitatif / Quantitatif attendu
- Organiser son environnement de travail
- Planifier son temps
- Gérer son agenda (méthodes et outils)
- Concevoir les critères de mise en œuvre et de résultat

es Intervenants

Formateur Référent



Dominique Juge

Experte en communication et management des hommes

Autres formateurs

Jean-Louis Remy
David Gaudry

20 MOTIVATION DES ÉQUIPES

OBJECTIFS

- Créer les conditions de motivation de son équipe.
- Homogénéiser les pratiques managériales au sein d'une même entreprise.
- Permettre à de nouveaux cadres d'acquérir les principes fondamentaux du management ou d'améliorer leurs performances dans ce domaine.

PUBLIC CIBLE

- Tout responsable d'équipe, toute personne ayant pour mission d'amener des gens à travailler efficacement ensemble, dans un souci de performance et de bon climat social.

METHODE PEDAGOGIQUE

- Oser prendre en compte « le facteur humain ».
- Utiliser les connaissances issues des sciences humaines pour mieux comprendre les mécanismes de motivation et démotivation.
- Agir concrètement pour créer les conditions de travail favorables à la motivation des hommes et des équipes.
- Mettre en place des outils de communication favorisant l'implication des collaborateurs.

CONTENU PEDAGOGIQUE

Renouer avec les évidences

- S'interroger sur les facteurs de motivation, de démotivation
- Rappel des modélisations de la motivation

Le rôle du manager

- L'importance de sa vision dans la mise en place d'un management « motivant »
- La relation d'interdépendance entre motivation-management et performance
- L'équilibre entre l'exigence et la proximité

Se connaître

- Identifier les critères de motivation des collaborateurs
- Connaître notre propre style de management et ses caractéristiques

L'organisation du travail et ses leviers

- Mettre en place des plans d'action, de fixation et partage d'objectifs, de suivi, et d'évaluation pour une meilleure reconnaissance des résultats atteints

Partage d'expériences

- Analyse de conditions de motivation vécues pour soi ou son entourage : identifier les critères de motivation rechercher les pistes de progrès

Les Intervenants

Formateur Référent



Jean-Louis Rémy

Expert en organisation et management. Il a dirigé des PME et accompagne des dirigeants dans leurs projets.

Autres formateurs

Dominique Juge
David Gaudry
Vincent Protat

21 CREER UN TABLEAU DE BORD DE SUIVI D'ACTIVITE

CONTENU PEDAGOGIQUE

OBJECTIFS

- Permettre aux participants de comprendre et mettre en application les modes de conception, de réalisation et d'utilisation des outils de suivi d'activités.
- Savoir faire du tableau de bord un véritable outil de management du résultat.

PUBLIC CIBLE

- Toute personne devant rendre compte des activités d'un service, d'une direction, et plus généralement de l'état d'avancement de la réalisation d'un objectif.

METHODE PEDAGOGIQUE

- Apports théoriques avec support visuel.
- Analyse en groupe des objectifs attendus.
- Identification des composants de la démarche.
- Réalisation de tableaux de bord des activités de service des participants.

Tableau de bord : de quoi parle-t-on

- Qu'est ce qu'un tableau de bord ?
- Les rôles d'un tableau de bord
- Ce qu'est et ce que n'est pas un tableau de bord
- Tableaux de bord et bases de données

La démarche de mise en place d'un tableau de bord

- Une démarche collective de service
- Un dispositif de management de la performance
- Objectifs et suivi d'activité
- Le choix des indicateurs
- L'obtention des données et des indicateurs

La présentation graphique des tableaux de bord

- Rendre lisible le tableau de bord
- Associer données, graphismes et commentaires
- Mettre en valeur l'essentiel

Ateliers de réalisations de tableaux de bord

- Présentation de projets de tableaux de bord par les participants
- Conception et réalisation par groupe de travail
- Analyse critique des participants
- Cadrage de l'animateur

Les Intervenants

Formateur Référent



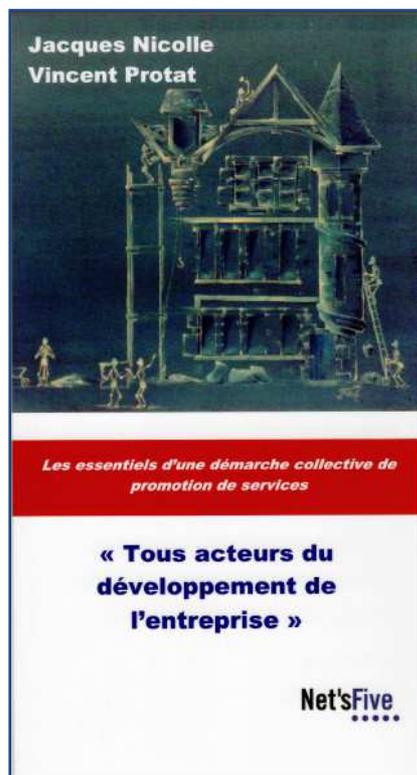
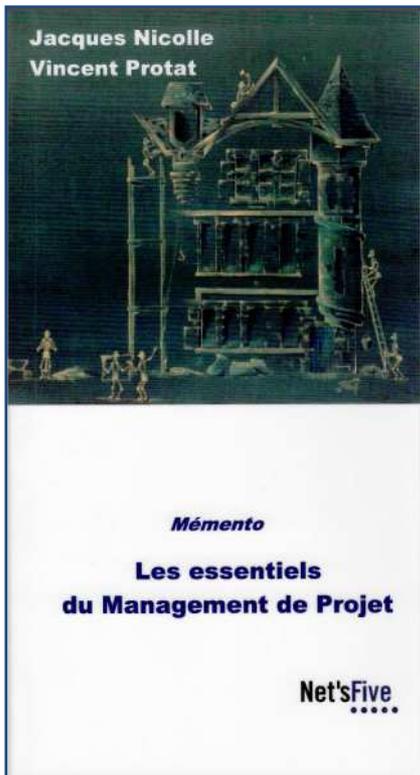
Jean-Louis Rémy

Expert en organisation et management. Il a dirigé des PME et accompagne des dirigeants dans leurs projets.

Autres formateurs

David Gaudry
Pierre-Yves Dumant

Les Mémentos Net'sFive



Net'sFive, la compétence en réseau

- Des **experts en management de projet et d'équipes** qui accompagnent leurs clients depuis plusieurs années, certains depuis plus de 10 ans.
- Un **label Net'sFive** de spécialistes du transfert de compétences et de standards méthodologiques.
- Une localisation à **Paris** et à **Sophia Antipolis**
- Une **expérience internationale**



Toute notre expérience dans un livre

Notre approche



Augmenter vos performances en optimisant vos façons de faire