



Programme de Formation

Logo de l'organisme de Formation



Ecole Supérieure de Commerce, de COMMunication et de gestion

Intitulé

FORMATION DE DIRIGEANT PME

Public

Dirigeant salarié ou/et cadre dirigeant salarié dans une TPE/PME et/ou proche collaborateur collaboratrice associé(e) (salarié(e)) qui souhaite structurer leurs connaissances ou développer leurs compétences.

Pré-requis

(A minima : avoir une expérience de gestion d'entreprise de plus d'un an).

Test de positionnement effectué par chaque stagiaire en amont de l'action de formation.

Objectifs

Développer les compétences de dirigeant de PME :

- Développer une approche stratégique de son entreprise ;
- Savoir structurer son entreprise pour obtenir de nouveaux marchés ;
- Adapter sa stratégie commerciale et marketing ;
- Savoir optimiser les mécanismes financiers de sa PME ;
- Acquérir les fondements d'un management efficace.

Pour être capable de conduire l'entreprise sur la voie du développement en alliant polyvalence et expertise dans un pilotage efficace de son entreprise et également à faire face aux problèmes qui sont de la responsabilité directe du dirigeant.

Contenu

- ① Analyser la stratégie de son entreprise** (2 jours)
- La démarche stratégique et principes (analyse interne : segmentation clients, les courbes de vie de l'expérience)
- Les approches traditionnelles et novatrices (approche par les coûts, la différenciation...)
- Le Diagnostic interne de son entreprise (méthode de diagnostic, cartographie des forces et des faiblesses, menaces et opportunités)
- ② Piloter la stratégie marketing et commerciale de son entreprise** (2 jours)
- De l'analyse marketing aux actions commerciales
- Les outils de suivis de la relation commerciale
- Les indicateurs
- Les tableaux de bord
- Mesure de l'efficacité de la force de vente
- ③ Élaborer ou reformuler son plan d'actions commerciales** (2 jours)
- La démarche commerciale
- Les outils de ventes /les outils de productivité commerciale (choix efficient du canal de distribution, force de vente terrain, commerciaux sédentaires, réseau de distribution)
- Le plan d'actions commerciales (optimiser les solutions de commercialisation, les potentiels par de marché, par de secteur, par segment client ; définir sa politique tarifaire)
- ④ Savoir optimiser le pilotage financier de son entreprise** (2 jours)
- Comprendre l'information financière et comptable (vocabulaire, concepts clés, informations pertinentes ; enchaînement : comptabilité, bilan, compte de résultat, annexes ; analyser les données : capitaux engagés, capitaux propres, résultat opérationnel, financier, net, Excédent Brut d'Exploitation, cash-flow.)
- Piloter la politique financière (performance financière ; motiver les opérationnels et développer une culture cash ; bâtir les équilibres : capitaux propres, BFR, endettement ; exprimer et expliquer une politique de distribution, de croissance externe, d'investissement, de rentabilité opérationnelle.)
- Maîtriser les coûts (calculer ses coûts de revient ; maîtriser ses frais généraux ; choisir et contrôler les investissements.)
- Mettre en place et utiliser les outils de pilotage (établir et suivre un budget ; concevoir les tableaux de bord ; construire et utiliser un business-plan.)
- ⑤ Gérer et manager les hommes de l'entreprise** (2 jours)
Le management des hommes
- Les types de managements
- La gestion des priorités et la délégation
- La conduite du changement
- Le management par objectifs
- La Gestion des Ressources Humaines
- Le cadre juridique de la fonction Ressources Humaines (*les risques juridiques du dirigeant (les nouveaux risques sociaux) ; le fonctionnement avec les instances représentatives du personnel (évolution récente de la législation) ; la modification et la rupture du contrat de travail.*)
- De l'analyse des besoins au recrutement
- L'évaluation des collaborateurs
- La gestion des compétences
- La formation continue

Méthode pédagogique

Une formatrice pour un groupe de 10 personnes maximum.

Méthodes pédagogiques axées sur la participation active des stagiaires (avantage dans la qualité des échanges due aux secteurs d'activités variés et aux expériences plus ou moins longues des participants.)

Méthode de la découverte (mise en situation, jeux de rôle...)

Méthode interrogative à partir d'articles de presse

Études de cas professionnels et applications concrètes et concepts étudiés par ces études de cas.

Déroulement du stage

Lieu : Nice et Cannes

Durée : 10 jours soit 70 heures *

A partir de 8h30 :	accueil des stagiaires
8h45 :	démarrage du stage
10h20 - 10h40 :	pause café
12h25 - 13h30 :	☉ pause déjeuner
13h35 :	reprise du stage
15h20 - 15h40 :	pause
16h50 :	fin du stage et clôture de la journée

* Rythme de la formation : 2 jours consécutifs par mois sur un total de 5 mois : soit 10 journées de formation.

Suivi et évaluation

* Evaluation de la prestation par une grille de satisfaction à remplir « à chaud » (modèle Agefos)

*Un suivi à 3 ou 6 mois par grille envoyée par courrier électronique (Questionnaire de suivi)

Validation

Attestation de formation de l'organisme ESCCOM remis à chaque stagiaire.

Un document récapitulant les acquis de la formation (modèle AGEFOS)

Calendrier

Session 1

Sur le site de Cannes :

Du 20 mai 2010 au 21 mai 2010

Du 17 juin 2010 au 18 juin 2010

Du 1er juillet 2010 au 2 juillet 2010

Du 27 août 2010 au 28 août 2010

Du 09 septembre 2010 au septembre 2010

Session 2

Sur le site de Nice :

Du 23 septembre 2010 au 24 septembre 2010

Du 21 octobre 2010 au 22 octobre 2010

Du 25 novembre 2010 au 26 novembre 2010

Du 6 décembre 2010 au 7 décembre 2010

Du 16 décembre 2010 au 17 décembre 2010

