

Catalogue
formation

Académie 37.5

La culture de l'excellence



37.5



Académie 37.5



Formations inter et intra-entreprise pour professionnels exigeants

Si la formation permet d'élever les compétences des collaborateurs, chez 37.5 nous souhaitons aller beaucoup plus loin. Nous sommes convaincus qu'elle constitue un levier d'accélération du changement, en participant à l'ambition collective de l'entreprise.

Nous vous proposons un choix de formations inter et intra-entreprise, sur nos multiples domaines d'expertises : excellence opérationnelle, capital humain, expérience client, RSE, achats & relation fournisseurs. Nous pouvons également construire pour vous et avec vous des programmes sur-mesure, adaptés à vos besoins propres et capables d'accélérer la mise en œuvre de votre stratégie d'entreprise.

Comité pédagogique



Béatrice Dupuis



Frédéric Jugé



Jean-Luc Verguet

Contact



Stéphanie Schirmer
Responsable administrative et financière

Coordonnées

Trente Sept Cinq
931, chemin de Beauregard • 13100 Aix-en-Provence • France
SAS au capital de 150 000 € • Déclaration d'activité N° 93131697813 • Siret : 530 659 739 00037 • NAF : 7021 Z • TVA : FR 00 530 659 739
formation@trenteseptcinq.com • +33 (0)442 244 244 • trenteseptcinq.com

Nous avons leur confiance



Sommaire

Les formations 37.5 : pensées pour casser les codes.....	6
Le compagnonnage 37.5 : pour aller encore plus loin.....	7
Les parcours personnalisés : construisez votre progression.....	8
Les formations certifiantes : validez vos compétences.....	9
Capital humain.....	10
Prendre ses fonctions de manager.....	12
Développer l'entente dans votre management.....	14
Réussir son audit interne.....	15
Prendre la parole en public avec efficacité et talent.....	16
Gérer ses priorités et son temps.....	17
Conduire des entretiens managériaux impactants.....	18
Management co-responsable.....	19
Maîtrisez les fondamentaux du droit social.....	20
Pilotage administratif des RH.....	21
Identifier le harcèlement moral et sexuel en entreprise.....	22
Cycles de codéveloppement professionnel.....	23
Coaching individuel ou collectif.....	24
Excellence opérationnelle.....	26
White Belt Lean Six Sigma.....	28
Yellow Belt Lean Six Sigma.....	29
Green Belt Lean Six Sigma.....	30
Black Belt Lean 6 Sigma.....	31
Les principes de la gestion de projets Agile.....	32
Agilité et méthode Scrum.....	33
Expérience client.....	34
Développer la culture client dans ses équipes.....	36
Construire son plan d'expérience client.....	37
Accélérer son business par le CRM.....	38
Gérer et maîtriser sa relation client par téléphone.....	39
Responsabilité sociétale des entreprises.....	40
Comprendre les enjeux de la RSE.....	42
Construire et piloter sa stratégie RSE.....	43
Auditer et renforcer sa stratégie RSE.....	44
Achats & relation fournisseurs.....	46
Le sourcing et la sélection des fournisseurs.....	48
Le sourcing et les achats responsables.....	49
Gestion des risques fournisseurs et stratégie de catégories.....	50
Les contrats d'achats.....	51
La négociation avancée.....	52
Gestion de la performance et de la relation fournisseurs.....	53
Digitalisation et transformation dans la fonction achat.....	54
Inflation : réduire ses coûts d'achats et restaurer ses marges.....	55
Les principes fondamentaux des achats.....	56
Informations utiles.....	59
Conditions générales de vente.....	60

Les formations 37.5 : Pensées pour **casser les codes**



Par l'apprentissage, chaque collaborateur peut accéder à de nouvelles visions et à une nouvelle autonomie face à ses missions, et ainsi mieux répondre aux enjeux de l'entreprise et aux aléas de son environnement.

Notre approche pédagogique se fonde sur la nécessité de réduire la distance entre la théorie et la pratique. En tant que professionnels ayant opéré en entreprise, nos consultants formateurs enrichissent collectivement leurs contenus, dans un processus d'amélioration permanente, à travers notre « Fab Lab Experience ».

Nous construisons une démarche adaptative prenant en compte la complexité du sujet, la diversité des groupes et les enjeux prédéfinis. Cette posture permet à la fois l'échange et la mise en lumière des connaissances, de manière active et représentative. Avec une volonté constante d'exigence, d'excellence dans l'implication, de créativité et de questionnement permanent.

Le compagnonnage 37.5 : Pour aller encore plus loin



Nous avons imaginé et conçu nos parcours pédagogiques en introduisant un principe de compagnonnage tout au long de la formation, afin de transformer les nouveaux savoirs en compétences opérationnelles et durables.

Le compagnon formateur se positionne au cœur de l'activité professionnelle de l'apprenant. Dans le cadre de séances de suivi individuelles, il guide, interroge, corrige et complète les connaissances transmises dans les situations réelles auxquelles celui-ci est confronté.

L'objectif affiché de ce compagnonnage consiste à rendre l'apprenant totalement opérationnel à travers sa confrontation aux situations réelles de son activité.

Nous nous appuyons sur une équipe de formateurs exigeants, reconnus pour leur expertise technique, leur expérience de l'entreprise, leur sens pédagogique et leur capacité à assumer dans la durée une véritable démarche d'accompagnement.

L'approche interactive de notre méthodologie met en œuvre un travail actif et situationnel, s'appuyant sur des simulations en lien direct avec l'activité de l'apprenant. Le formateur sait rester en retrait, observer et guider. L'apprenant met en pratique ses nouvelles connaissances et situations expérimentales pour valider ses acquis.

Les parcours personnalisés : Construisez **votre progression**



Nous proposons une offre de formation contemporaine et complète par des programmes sur-mesure intra-entreprise issus de l'expertise des formateurs, praticiens passionnés. Chaque collaborateur, manager, directeur, cadre, souhaitant acquérir les compétences essentielles, techniques et opérationnelles en encadrement d'équipe, gestion de transformation et achat, peut construire un programme de plusieurs modules d'une demi-journée.

Les modules sont conçus pour garantir une progressivité de l'apprentissage en s'adaptant précisément à votre besoin. Grâce à nos accompagnements ciblés en intersession, notre pédagogie est orientée vers le transfert des compétences en situation de travail. Un accompagnement en situation professionnelle est proposé pour valider rapidement les évolutions de vos pratiques.

Les parcours se construisent sur des durées de 1 à 12 mois avec des sessions d'une demi-journée à 2 jours de suite. Les sessions sont espacées de 2 à 4 semaines afin de mettre en application les nouveaux contenus de formations.

Des **parcours en capital humain** avec la possibilité de **mixer des formations en management, en communication et en développement personnel**.

Un parcours **certifiant en Lean Six Sigma** de White Belt à Black Belt.

Un parcours modulaire sur les **outils et processus achats et digital**.

Les formations certifiantes : Validez vos compétences



L'Académie 37.5 propose des formations certifiantes en Lean Six Sigma, garantissant les compétences acquises et leur application dans l'entreprise. Deux options de certification sont proposées : l'option « Service » ou l'option « Industrie », afin de correspondre au mieux aux besoins de l'apprenant.

Formation Yellow Belt, Green Belt et Black Belt

Ces formations répondent à la norme NF X06-091. Nos certifications sont réalisées par le CESI, un organisme agréé indépendant intervenant au niveau national, et permettent l'obtention d'un diplôme reconnu.



Capital humain

**L'entreprise est une
structure organique**

La conjugaison des savoir-faire et des savoir-être, détenus aussi bien par les salariés que par les dirigeants de l'entreprise, permet plus de productivité, plus de créativité, plus d'agilité donc plus de création de valeur.

C'est pourquoi nous avons conçu des parcours de formation basés sur des méthodes agiles et collaboratives, afin d'impulser une dynamique d'engagement et de stimuler collectivement les équipes pour tous types de projets de transformation personnels ou collectifs.

L'approche pédagogique

Nous proposons une offre de formation contemporaine et complète ainsi que des programmes sur-mesure issus de l'expertise des formateurs, praticiens passionnés. Nous réservons une part importante à la méthodologie active : jeux de rôles et études de cas issus de l'expérience des apprenants.

Dans le domaine du Management, des parcours progressifs « clés en main » sont co-construits pour accélérer la performance individuelle et collective, en alignement avec les objectifs business de l'organisation.

Grâce à nos accompagnages post-formation ou en intersession, notre pédagogie est résolument orientée vers le transfert des compétences en situation de travail.

Les compétences apportées

- Approfondir les techniques managériales et de gestion d'équipe
- Ajuster sa posture relationnelle en mobilisant son intelligence émotionnelle
- Développer son leadership inspirant, partager une vision et donner le sens
- Gérer les situations difficiles et de conflits
- Manager dans l'incertitude et dans des contextes divers

Les bénéfices pour l'entreprise

- Mise en œuvre d'un style managérial co-responsable et transverse
- Instaurer une culture managériale agile et créative
- Accompagnement du changement et des situations de transitions délicates
- Développement de la confiance au sein des équipes, de la cohésion et de la coopération dans des contextes hybrides
- Soutenir l'engagement et la motivation des collaborateurs pour plus de performance

Les compagnons formateurs



Guillaume De Fontclare
Pratiques managériales



Thibaut Dubois
Audit RH et organisation



Florence Gauchet
Codéveloppement



Frédéric Jugé
Management des organisations



Virgine Pinatel
Administration des RH



Annick Van Damme
Codéveloppement



Jean-Luc Verguet
Stratégie RH et innovation





Prendre ses fonctions de manager

Parcours managérial de 5 jours

Ce parcours managérial donne les clés, à tout collaborateur et nouveau manager, ou encore animateur d'équipe, pour développer son leadership dans le bien-être au travail et l'excellence collective.

En se positionnant en leader plutôt qu'en manager, il s'agit d'accompagner les transformations individuelles et collectives et ainsi répondre aux enjeux les plus contemporains des organisations : développer la confiance et la dimension humaine dans son management, gérer les situations délicates et conflictuelles, piloter son équipe dans les transitions et fédérer autour d'un projet.

Le parcours s'inscrit dans une pédagogie active autour de trois leviers puissants permettant de cultiver les qualités du leader : « mieux se connaître » pour « mieux comprendre l'autre » et ainsi « produire de la performance collective ».

Le programme est articulé autour de 3 grands thèmes : la posture managériale, la gestion du temps et la gestion des conflits interpersonnels sur une période de 3 mois environ.

Module 1 : Développer sa posture de manager (3 jours)

Objectifs

- Se positionner dans son leadership, définir sa puissance personnelle.
- Développer son assertivité : s'affirmer dans sa fonction en toutes circonstances et dans le respect de l'autre
- Construire son leadership avec confiance et estime de soi
- Perfectionner son sens du relationnel, ses qualités de communication

Programme

Se positionner comme leader

- Les caractéristiques et les fondamentaux du leader
- Assumer et utiliser avec justesse de son pouvoir
- Se positionner dans son leadership par rapport à son équipe, ses supérieurs, ses collègues et partenaires : travaux en sous-groupes à partir d'études de cas
- Accompagner ses collaborateurs vers leur réussite et celle de leurs fonctions

- Faire vivre l'enthousiasme et la conviction à travers son expression orale : clarté des propos, gestuelle, présence, humour, sens de la répartie et de l'improvisation
- Savoir motiver, féliciter, encourager, faire confiance avec le bon niveau de contrôler
- Comprendre les levier de la confiance en soi

Connaître les rituels managériaux

- Identifier l'objectif de chaque acte managérial essentiel (rencontres, entretiens, réunions individuelles ou collectives, réflexion ou préparation individuelle, échanges informels) à destination de l'équipe et à destination du collaborateur.
- Classer les objectifs par fréquence, durée et temps de préparation.

Préparer un entretien individuel

- La préparation de l'entretien : méthodologie (DESC), règles, débrief.
- Déceler les zones d'ombre, mettre en lumière les omissions, généralisations et distorsions.
- Adopter les réflexes qui encouragent l'expression du collaborateur.

Connaître les bases de pilotage de la réunion d'équipe

- La préparation d'une réunion:
- La répartition des rôles délégués en réunion:
- Démarrer une réunion, apprendre à se connaître, (établir la charte de fonctionnement)

Module 2 : Gérer son temps et savoir déléguer (1 jour)

Objectifs

Améliorer sa productivité quotidienne, en mettant en œuvre des outils pratiques de gestion de son temps.

Les managers de proximité font souvent état de sollicitations multiples (mails, téléphone, urgences, etc.). L'objectif de cette formation est de leur faire retrouver grâce à une approche méthodique et à des outils adaptés, la sérénité nécessaire à l'accomplissement de leur mission de manager.

Programme

- Où en suis-je avec le temps ?
- Quelle est ma cible ? Identifier les voleurs de temps
- Faire le point de mes tâches en retard. Pourquoi sont-elles en retard ?
- Quelles actions puis-je entamer ?
- Tour de table. Perception de l'exercice.
- Généralités
- Les principes de la gestion du temps
- Les lois immuables
- L'important et l'urgent
- Les 4 piliers du temps
- Le filtre de l'autre

Module 3 : Gestion des conflits (1 jour)

Objectifs

- Déterminer les causes possibles : techniques, psychologiques, sociologiques, économiques, culturelles, symboliques, institutionnelles, informationnelles...
- Les différentes issues possibles à un conflit : l'explication, le compromis, la procédure acceptée, la séparation, la perpétuation, le transfert, l'extermination ou l'autodestruction...

Programme

Le relationnel en situation de conflit :

- La philosophie du conflit : une relation gagnant/gagnant ou des jeux de pouvoir
- Entretenir des rapports de confiance plutôt que de domination et de calcul
- Les modèles du « raison/tort », « coupable/innocent », « gagnant/perdant », « persécuteur/victime »
- Adopter une attitude de communication non-violente
- Transformer une situation tendue ou conflictuelle en apprentissage ou en facteur de progrès
- Recourir à un tiers, arbitre ou médiateur



4 à 10
participants



Présentiel



5
jours

Public et prérequis

La formation s'adresse à tout manager, responsable de projet et cadre ayant ou accédant à des missions ponctuelles ou régulières d'audit interne.

Pré requis : devenir ou être nouveau manager.

Moyens pédagogiques et techniques

Salle de formation équipée d'un vidéo projecteur et d'un paper board.

Support pédagogique : PowerPoint utilisé par les formateurs et fournit au stagiaire en format électronique. Référence des documents liés aux technologies numériques.

Pour faciliter la montée en compétences du stagiaire, la formation alterne travaux pratiques et apports théoriques

Encadrement : la formation est réalisée par un expert en management.

Compagnonnage

Inclus entre les modules.



Développer l'entente dans votre management

L'entente dans les relations de management sont une des clés de la réussite d'un projet de groupe, parce qu'elle permet à chacun d'exprimer librement et sans heurt son talent singulier lors des échanges avec les autres. Notre potentiel d'entente est inné, à nous d'en tirer le meilleur parti au service du succès collectif.

Objectifs

- S'approprier des repères et outils fiables pour sécuriser les conditions de l'entente dans les équipes et les projets.
- Augmenter son habileté relationnelle pour des interactions plus motivantes, en dehors des tensions et conflits.
- Optimiser la capacité d'un groupe à repérer et résoudre ensemble ses difficultés et besoins.
- Accroître la satisfaction relationnelle autour de soi et encourager la contribution.
- Mieux prévenir les risques psychosociaux (RPS) et développer la qualité de vie au travail (QVT).
- Fonder le socle d'une nouvelle éthique managériale basée sur une « pratique de l'entente ».

Programme

2 maîtrises et 8 clés pour s'entendre :

Maîtrise n°1 : avoir une prise sur la dégradation relationnelle

- Clé n°1 : savoir ce qui dégrade une relation
- Clé n°2 : diversifier son comportement pour éviter la surenchère
- Clé n°3 : savoir choisir son effort et son projet relationnel
- Clé n°4 : mieux repérer les conditions favorables

Maîtrise n°2 : soigner l'entente dans un projet relationnel

- Clé n°5 : s'entendre : c'est quoi ?
- Clé n°6 : prendre la responsabilité de la relation et des interactions
- Clé n°7 : dire et faire dire, pour créer une possibilité d'ajustement
- Clé n°8 : instaurer les conditions de l'entente dans le langage et les interactions



8 à 15
participants



Présentiel



1
journée

Public et prérequis

La formation s'adresse à tout collaborateur, manager, directeur, dirigeant, souhaitant acquérir des habiletés relationnelles pour prévenir les tensions et conflits, ou développer une culture de l'excellence relationnelle dans la conduite de ses activités, y compris avec ses clients et partenaires.

Pas de prérequis.

Moyens pédagogiques et techniques

Le programme s'inscrit dans une pédagogie active : jeux de rôles, études de cas en situation et exercices sont privilégiés dans l'apprentissage.

Compagnonnage

Sur demande.



Réussir son audit interne

Fondée sur une approche inductive, la formation propose une méthodologie rénovée d'accès et de traitement des informations pertinentes nécessaires à la réalisation des audits. Elle sollicite les stagiaires sur leur positionnement en leur donnant des clés vers une réflexivité de leurs actions.

Objectifs

- Appréhender le processus de réalisation des audits internes
- Adapter sa posture et adopter un comportement de praticien réflexif
- Conduire une stratégie pertinente d'accès à l'information
- Savoir structurer et présenter son reporting d'audit de façon dynamique

Programme

- Se positionner en tant qu'auditeur interne : adapter sa posture aux différents rôles dans l'organisation, avec une déontologie propre à l'audit interne
- Analyser l'environnement pour identifier les leviers d'actions efficaces
- Identifier les étapes pour programmer et planifier l'audit
- Structurer efficacement les entretiens avec les acteurs pour accéder à l'information pertinente
- Trianguler sa collecte d'information via la documentation et l'observation participante
- Construire le rapport d'audit à partir du traitement et de la classification des informations collectées
- Capitaliser et suivre les recommandations
- Gérer son rapport avec les parties prenantes et son reporting avec le commanditaire



6 à 10
participants



Présentiel
& distanciel



2
jours

Public et prérequis

La formation s'adresse à tout manager, responsable de projet et cadre ayant ou accédant à des missions ponctuelles ou régulières d'audit interne.

Sans prérequis.

Moyens pédagogiques et techniques

Salle de formation équipée d'un vidéo projecteur et d'un paper board.

Support pédagogique : PowerPoint utilisé par les formateurs et fournit au stagiaire en format électronique. Référence des documents liés aux technologies numériques.

Pour faciliter la montée en compétences du stagiaire, la formation alterne travaux pratiques et apports théoriques.

Encadrement : la formation est réalisée par un expert de l'audit.



Prendre la parole en public avec efficacité et talent

Avoir confiance et être impactant lors de ses prises de parole face à un public permet d'augmenter son efficacité. Passer de la communication à l'art de transmettre afin de booster vos interlocuteurs.

Objectifs

- Lever les blocages de la communication
- Savoir transmettre un message clair à l'oral et convaincre un auditoire avec le maximum d'aisance et d'efficacité, sans être déstabilisé
- Améliorer son assurance dans les situations de prise de parole
- Connaître les méthodes pour préparer un exposé
- Créer un discours structuré et impactant

Programme

Se préparer à la prise de parole

- Définir les objectifs et le type de présentation, les buts à atteindre (informer, expliquer, proposer, rendre compte)
- Préparer le contenu de son intervention, adapter son message à ses interlocuteurs
- Distinguer l'intention des objectifs de la prise de parole
- Mettre en place une routine personnalisée de relaxation
- Déceler et prévenir les premiers symptômes de trac

S'affirmer face à un auditoire

- Dépasser le stress face au public
- Capter un auditoire dès l'entrée en matière
- Prendre position, savoir s'engager
- Structurer son discours : argumentation et mots clés
- Utiliser les outils de présentation avec agilité
- Apprendre à rythmer sa présentation : interactivité, illustrations, anecdotes et humour
- Se sortir des situations de blocage et susciter l'adhésion
- Faire face aux imprévus (retards, organisation) : savoir improviser
- Anticiper et répondre aux questions et objections



3 à 10
participants



Présentiel
ou distanciel



3
jours

Harmoniser sa communication verbale et non-verbale

- Maintenir l'attention par le regard, la voix, le sourire, l'attitude, la gestuelle
- Maîtriser sa voix et sa respiration lors de la prise de parole
- L'importance de la verticalité et de la colonne vertébrale

Valoriser son image

- Développer la confiance et l'estime de soi
- Les trois images de soi : souhaitée, diffusée, et perçue
- Accepter et apprécier son image

Public et prérequis

Tout public.

Sans prérequis.

Moyens pédagogiques et techniques

- Exposés, PowerPoint
- Études de cas sur la base d'un système qualité pédagogique
- Échanges, questions/réponses
- Documents pédagogiques remis aux stagiaires
- Questionnaires d'évaluation

Compagnonnage

Sur demande.



Gérer ses priorités et son temps

La gestion du temps dépend du « sens » que nous souhaitons donner à notre vie. Nous sommes individuellement responsables de la gestion de notre temps et de la façon dont nous l'utilisons.

Objectifs

- Améliorer sa productivité quotidienne, en mettant en œuvre des outils pratiques de gestion de son temps.
- Les managers de proximité font souvent état de sollicitations multiples (mails, téléphone, urgences, etc.). L'objectif de cette formation est de leur faire retrouver grâce à une approche méthodique et à des outils adaptés, la sérénité nécessaire à l'accomplissement de leur mission de manager.

Programme

Journée 1

- Où en suis-je avec le temps ?
- Quelle est ma cible ? Identifier les voleurs de temps
- Faire le point de mes tâches en retard. Pourquoi sont-elles en retard ?
- Quelles actions puis-je entamer ?
- Tour de table. Perception de l'exercice.
- Généralités
- Les principes de la gestion du temps
- Les lois immuables
- L'important et l'urgent
- Les 4 piliers du temps
- Le filtre de l'autre

Journée 2

- Les 10 commandements
- Explications et mise en situation
- Différencier l'important de l'urgent
- Planifier
- Les bloc temps
- Une question chaque jour
- Les 3 tâches.
- Mener des réunions efficaces
- Savoir dire NON



3 à 8
participants



Présentiel
ou distanciel



1 ou 3
jours

Journée 3

- Retour d'expérience de la mise en pratique
- La règle des 25 mn
- Traiter les informations. Ranger.
- Organiser. Savoir déléguer.
- Se préparer systématiquement
- Respecter le temps des autres
- Conclusion et actions concrètes
- Bibliographie

Public et prérequis

Tout public. Session collaborateur ou session manager.
Sans prérequis.

Moyens pédagogiques et techniques

Afin de faciliter la montée en compétences du stagiaire, la formation alterne apports théoriques, travaux pratiques, jeux de rôle et animation, mises en situations personnelles, questionnaires, études de situation.

Compagnonnage

Sur demande.



Conduire des entretiens managériaux impactants

Mener des entretiens managériaux dans une démarche de développement et de révélation des talents de ses collaborateurs pour atteindre les objectifs business de l'équipe.

Objectifs

- Mesurer et répondre à l'engagement et le bien-être des collaborateurs en pratiquant des entretiens efficaces
- Accompagner le développement des talents pour atteindre la Performance
- Apprendre les techniques propres à favoriser des échanges constructifs à visée d'évaluation et d'appréciation

Programme

Définir et animer un système d'évaluation aligné sur l'objectif business de l'entreprise

- Identifier et piloter ses indicateurs de mesure de la Performance selon des objectifs SMART
- Pratiquer l'écoute active et savoir questionner
- Savoir utiliser la puissance de feed-back régulier pour recadrer, réaligner et améliorer et donner de la reconnaissance
- Apprendre à maîtriser ses émotions, son stress, sa posture

Bien évaluer pour rendre l'expérience collaborateur inoubliable

- Animer une intégration (On-boarding) efficace et pratiquer un entretien d'intégration
- Analyser la performance de son management en pratiquant un entretien de départ (off-boarding)
- Comprendre les étapes progressives des entretiens disciplinaires
- Ritualiser des entretiens de performance
- Instaurer des entretiens innovants entre pairs et entre collaborateurs pour enrichir l'évaluation et favoriser la transversalité



6 à 10
participants



Présentiel
ou distanciel



2
jours

Comprendre les enjeux, bénéfices stratégiques et objectifs de l'entretien annuel

- Clarifier les attentes, les pièges à éviter
- Identifier et préparer les volets thématiques, ce qui est mesurable et évaluable
- Savoir utiliser une trame d'entretien simple, efficace
- Savoir accompagner la performance en identifiant les plans de développement pour son équipe
- Connaître et proposer les dispositifs et process Ressources Humaines : catalogue de formation, tutorat, coachings, mobilité interne...
- Élargir ses connaissances aux enjeux de l'entretien professionnel

Public et prérequis

Tout collaborateur, manager, directeur, dirigeant, souhaitant acquérir les compétences opérationnelles et techniques pour renforcer l'impact de ses entretiens managériaux.

Sans prérequis.

Moyens pédagogiques et techniques

Le programme s'inscrit dans une pédagogie active : jeux de rôles sur l'entretien de Performance, l'entretien de cadrage par la Communication Non Violente, l'entretien annuel. Études de cas en situation et exercices sont privilégiés dans l'apprentissage.

Compagnonnage

Sur demande.



Management co-responsable

Face aux environnements VUCA (Volatile, (U)ncertain, Complexe, Ambigu), les pratiques en entreprises se transforment pour faire émerger un nouveau mode de management « co-responsable » où règne agilité, liberté, respect et ouverture, conduisant à la réussite organisationnelle et individuelle.

Objectifs

- Comprendre les conséquences du contexte VUCA dans les organisations et les modes de management
- Connaître les ingrédients d'un management 3.0 et ses applications
- Identifier la puissance de son leadership personnel
- Clarifier les pratiques fondamentales qui favorisent l'engagement, l'envie et la motivation
- Transposer directement ces pratiques dans son quotidien

Programme

- Affirmer son leadership personnel et agile
- Développer ses capacités d'autonomie
- Identifier l'intention, le leader invisible
- En réunion, partager les responsabilités et la redevabilité
- Jouer la transparence et l'ouverture pour plus d'efficacité et d'efficience
- Favoriser la prise de décision partagée
- Insuffler la culture apprenante
- Relations et conflits, s'en occuper ensemble



6 à 10
participants



Présentiel
ou distanciel



2 + 1
jours

Public et prérequis

Tout collaborateur, manager, directeur, dirigeant, souhaitant acquérir les outils d'un management « horizontal » et agile. Une expérience managériale de 2 ans est conseillée.

Sans prérequis.

Moyens pédagogiques et techniques

Le programme s'inscrit dans une pédagogie active : jeux de rôles, études de cas en situation et exercices sont privilégiés dans l'apprentissage.

Compagnonnage

Sur demande.



Maitrisez les fondamentaux du droit social

L'actualité et le droit social évoluent continuellement et amènent à changer en profondeur les relations collectives au travail. Pour les managers il est utile de comprendre l'impact de ces changements afin de réagir avec précision et justesse devant les situations qui se présentent.

Objectifs

- Connaître la nouvelle articulation des normes du droit
- Comprendre les nouveaux principes de la négociation collective
- Connaître les rôles et missions du Comité Social et Économique
- Connaître le cadre juridique de la prévention

Programme

Notions fondamentales

- Les sources du droit
- L'ancienne hiérarchie des normes
- La nouvelle hiérarchie des normes
- Architecture du nouveau code du travail

Les nouveaux principes de la négociation collective

- En présence de délégué syndical
- En l'absence de délégué syndical
- Entreprises de plus de 50 salariés
- Entreprises de moins de 50 salariés

Le cadre juridique de la prévention

- Notions juridiques
- La responsabilité de l'employeur
- L'obligation de sécurité
- L'évolution de la jurisprudence

Les nouvelles instances représentatives du personnel

- Le Comité Social et Économique (- de 50 sal.)
- Le Comité Social et Économique (+ de 50 sal.)
- Les représentants de proximité



5 à 10
participants



Présentiel
ou distanciel



1
journée

Public et prérequis

Dirigeants, managers et collaborateurs ayant en charge la gestion des RH.

Sans prérequis.

Moyens pédagogiques et techniques

- Mise en pratique de ces connaissances en privilégiant l'interactivité
- Travaux dirigés et jeux de formation
- Études de cas pratiques

Compagnonnage

Sur demande.



Pilotage administratif des RH

Parce que les ressources humaines sont devenues stratégiques dans l'entreprise, il est fondamental de comprendre et de mettre en place une structure de gestion administrative et humaine efficace.

Objectifs

- Appréhender et définir les différents aspects de la gestion des ressources humaines
- Comprendre les différents textes de la législation
- Connaître les bases de la GPEC (Gestion prévisionnelle des emplois et des compétences)
- Savoir choisir les formations pour développer les compétences des collaborateurs
- Acquérir les principes de base en rémunération
- Suivre et accompagner le parcours du salarié
- Pouvoir bien communiquer en interne et avoir une bonne connaissance du dialogue social (si > 11 salariés)

Programme

La fonction RH

- Définir la fonction RH et les enjeux dans l'entreprise
- S'approprier les grands axes de la gestion RH

La législation

- Différencier la loi, la convention collective, les accords d'entreprise...
- Identifier les documents obligatoires et recommandés

La GPEC : Gestion prévisionnelle des emplois et des compétences

- Connaître les obligations et le champ d'application de la GPEC
- Identifier les compétences requises pour la stratégie mise en place

La formation

- Connaître la législation et savoir renseigner un collaborateur sur l'ensemble des dispositifs de formation
- Élaborer un plan de développement des compétences



**3 à 8
participants**



**Présentiel
ou distanciel**



**3
jours**

La rémunération

- Identifier les critères d'un système de rémunération efficace
- Repérer les différentes composantes de la rémunération globale (fixe, variable, rémunération différée, éléments périphériques)

Le parcours du salarié

- Suivre le salarié de son embauche à la séparation : le recrutement, les contrats, les sanctions....
- Identifier les obligations de l'employeur et celles du salarié

Public et prérequis

Dirigeants, managers, responsables de service.
Sans prérequis.

Moyens pédagogiques et techniques

- Approche théorique
- Études de cas et résolution opérationnelle
- Mise en situation personnelle
- Création d'outils personnalisés

Compagnonnage

Sur demande.



Identifier le harcèlement moral et sexuel en entreprise

Dans une fonction de formateur externe ou interne à l'entreprise, il est nécessaire de comprendre l'ensemble des mécanismes de transmission des savoirs et de maîtriser les modes d'apprentissages des apprenants.

Objectifs

- Comprendre le harcèlement moral et sexuel
- Reconnaître le harcèlement moral et sexuel
- Réagir face au harcèlement moral et sexuel

Programme

Comprendre le phénomène de harcèlement moral

- Clarifier la notion de harcèlement moral au travail
- Détecter les indicateurs du harcèlement moral

Reconnaître les manifestations de harcèlement moral

- Identifier les différentes typologies de harcèlement moral
- Déterminer les conséquences possibles du harcèlement moral dans l'entreprise et pour la victime
- Diagnostiquer les conséquences organisationnelles, économiques et sanitaires du harcèlement moral

Savoir comment réagir face à une situation de harcèlement moral

- Reconnaître et visualiser les jeux relationnels entre individus, relations conflictuelles
- Identifier les conduites et les comportements adaptés
- Définir les éléments clés devant figurer dans le code de bonne conduite de l'entreprise

Comprendre le phénomène de harcèlement sexuel

- Clarifier la notion de harcèlement sexuel et agissements sexistes
- Détecter les indicateurs du harcèlement sexuel/agissements sexistes

Reconnaître les manifestations de harcèlement sexuel

- Identifier et détecter les différentes étapes de mise en place du harcèlement sexuel
- Diagnostiquer les conséquences organisationnelles, économiques et sanitaires du harcèlement sexuel



5 à 20
participants



Présentiel
ou distanciel



1
journée

Savoir comment réagir face à une situation de harcèlement sexuel

- Identifier les conduites et les comportements adaptés
- Appréhender la Communication Non Violente
- Définir les éléments clés devant figurer dans le code de bonne conduite de l'entreprise

Public et prérequis

Tout public.

Sans prérequis.

Moyens pédagogiques et techniques

- Apports théoriques et pratiques
- Réflexions de groupe guidées par l'animateur
- Restitution des points clés du code de bonne conduite
- Exercices et travaux de groupes et sous-groupes
- Vidéos d'illustrations
- Évaluations interactives

Compagnonnage

Sur demande.



Cycles de codéveloppement professionnel

Un groupe de codéveloppement est une approche de travail innovante qui réunit un groupe de personnes qui veulent améliorer leur pratique professionnelle dans le management, les relations inter personnel ou mener un projet à travers des études de cas concrets.

Un participant porte le rôle de « client-coaché-porteur de projet », les autres participants étant des « consultants-coachs-contributeurs », ayant comme objectif de l'aider dans ses questionnements, son projet ou sa problématique du moment. La réflexion effectuée individuellement et en groupe est favorisée par une approche structurée de consultation qui porte sur des problématiques vécues par les participants.

Un moyen efficace pour propulser le potentiel de chacun, tout en solidifiant la performance des organisations. L'intelligence collective au service de l'individu et du groupe.

Objectifs

- Prendre des décisions et se mettre en action
- Résoudre des problèmes avec plus de créativité et d'innovation
- Accroître son niveau d'autonomie et de responsabilisation
- Développer son leadership collaboratif et son influence

Méthodologie

Un « animateur » formé au codéveloppement pilote le processus. Un cycle de codéveloppement s'organise autour d'un groupe de 5 à 8 personnes. Il y a autant de séances (entre 1h30 et 2h chacune) que de personnes.

L'approche

Les participants vont se laisser guider à chaque séance dans un exercice structuré autour d'une situation de travail réelle apportée par l'un d'entre eux. Chaque séance s'articule autour de 7 étapes précises mêlant travail individuel et collectif avec comme objectif la définition d'un plan d'action pour le « client-coaché-porteur de projet ».

Déontologie

Nos coachs animateurs en codéveloppement répondent à des règles d'éthique et de déontologie précises : bienveillance, ouverture, non-jugement et confidentialité des échanges.

Ils sont adhérents à des Fédérations telles que l'E.M.C.C (European Mentoring and Coaching Council, Conseil Européen du Coaching, du Mentorat et de la Supervision) ou à l'I.C.F. (International Coaching Fédération), et ont suivi une formation spécifique certifiante.

L'adhésion à ces fédérations implique l'engagement de se conformer au code de déontologie et à bénéficier de supervisions régulières.

Public et prérequis

La formation s'adresse à tous les collaborateurs d'une entreprise, leaders et gestionnaires, équipes : pour résoudre des problèmes ou des cas liés à la mission de l'équipe ou détenteurs d'expertises.

Pas de prérequis.



Coaching individuel ou collectif

Le coaching à l'Académie 37.5 vise, à partir de la situation professionnelle, managériale ou organisationnelle du coaché ou d'un groupe de coachés, à aider à mettre en œuvre un changement comportemental.

Le coaching stimule la réflexion de la(les) personne(s), l'engage à faire évoluer son(leurs) regard(s) sur les situations qu'elle rencontre et à expérimenter d'autres manières de faire

Les coachés ont la solution en eux, ainsi que la possibilité de mettre en œuvre les moyens pour la trouver, dans le but d'améliorer leur bien-être et leur performance, ainsi que de développer leur potentiel et leur créativité.

Le cadre du coaching

Le coaching prend appui sur une demande de changement du coaché, il est prescrit par l'entreprise.

Il s'ensuit la clarification des objectifs et des critères à atteindre, telle une alliance co-construite entre coach et coaché, le premier étant responsable du processus et le deuxième de son investissement personnel.

La démarche consiste également à clarifier les obstacles, identifier les capacités du (des) coaché(s), préciser les objectifs à partir d'une situation professionnelle, aider à construire les solutions en échafaudant une passerelle entre présent et futur désiré.

Déontologie

Nos coachs répondent à des règles d'éthique et de déontologie précises : bienveillance, ouverture, non-jugement et confidentialité des échanges.

Ils sont adhérents à des Fédérations tels que l'E.M.C.C (European Mentoring and Coaching Council, Conseil Européen du Coaching, du Mentorat et de la Supervision) ou à l'I.C.F. (International Coaching Fédération), et ont suivi une formation spécifique certifiante. L'adhésion à ces fédérations impliquent l'engagement de se conformer au code de déontologie et à bénéficier de supervisions régulières.

Méthodologie

- Détermination au cours d'un entretien préliminaire des conditions et du cadre coaching.
- Précision des objectifs de séances, tâches et actions mises en œuvre entre les séances.
- Clarification des modalités de restitutions, feedbacks, bilans à mi-parcours ou de fin de coaching.
- Formalisation de la convention tripartite de coaching (donneur d'ordre, coach, coaché) précisant notamment la dimension de confidentialité et les engagements déontologiques du coach.

L'approche

La pratique du questionnement fait partie de notre savoir-faire principal.

Notre pratique nous amène à utiliser diverses techniques dont le modèle S.C.O.R.E. (Symptômes, Causes, Objectifs, Ressources, Effets), la matrice D.C.R.B. (Désir, Capacité, Raisons, Besoin), la matrice Décisionnelle, le Métamodèle, l'explicitation des représentations (croyances, valeurs, besoins) du coaché et de ses ambivalences (contradictions, incohérences).

Nous utilisons également des outils d'analyse comportementale (ComProfiles, DISC, MBTI) en nous basant sur des cadres de références sources : P.N.L. (Programmation Neurolinguistique), Entretien Motivationnel, Systémique, Approche Cognito-Comportementale...

Les thématiques de coaching individuel

La formation s'adresse à tous les collaborateurs d'une entreprise, leaders et gestionnaires, équipes : pour résoudre des problèmes ou des cas reliés à la mission de l'équipe ou détenteurs d'expertises.

Pas de prérequis.

Les thématiques de coaching individuel

- Oser prendre la parole en public
- Gagner en impact sans agressivité, ni peur
- S'affirmer dans son rôle professionnel
- Avoir de l'impact sur son équipe de direction
- Développer sa vision stratégique
- Acquérir plus de confiance pour manager son équipe
- Changer sa posture managériale
- Convaincre l'équipe à adopter une nouvelle stratégie
- Être pro-actif dans sa vie professionnelle
- Développer de nouvelles pratiques managériales
- Développer son leadership
- Améliorer la qualité et l'efficacité de ses relations de travail, et de sa communication
- Développer une communication juste

Les thématiques de coaching collectif

- Mener un projet de transformation des organisations
- Accompagner une équipe sur une sortie de crise sanitaire
- Rendre harmonieuses les relations entre les membres d'un Comité
- Préparer un évènement à fort enjeu

Public

Managers, cadres dirigeants.

Modalités de la prestation

Nos interventions peuvent être ponctuelles ou s'inscrire dans la durée. Elles s'illustrent par une série d'entretiens d'1 h 30 environ en distanciel ou présentiel, ayant pour finalité d'aider le coaché à atteindre ses objectifs. Nous préconisons qu'il y ait au moins une séance en présentiel pour favoriser la qualité de la relation.

Un entretien préliminaire tripartite entre le bénéficiaire, le prescripteur du coaching (dirigeant, N+1, DRH) et le coach précède la signature du contrat pour fixer l'objectif visé par le travail de coaching et les indicateurs de réussite.

Dans cette même configuration, un bilan est réalisé au terme de la prestation, et selon le besoin à mi-parcours.

Un contrat détermine les modalités spécifiques, l'objectif à atteindre ainsi que les engagements déontologiques du coach.

Dans le cas où le coaching est décidé par une personne qui en bénéficie et le finance, le contrat est alors conclu directement avec le coach. (Dirigeant, personne ayant un objectif de transition professionnelle).

Modalités de la prestation

La mise en œuvre d'un coaching individuel est construite autour de séances d'une durée de 1 à 2 heures au rythme d'une séance toutes les 2 à 3 semaines en moyenne.

Le nombre de séances varie selon l'objectif à atteindre.



Excellence opérationnelle

**Un système de pensée
transversale**

Au niveau académique, l'excellence opérationnelle est la capacité d'une organisation à réaliser des produits ou des services au plus près des attentes des clients, dans les meilleures conditions de rentabilité, en favorisant l'autonomie et la responsabilité des collaborateurs.

Parmi les différentes approches, le Lean Management s'est imposé pour tout ce qui concerne l'amélioration des flux (maximiser la création de valeur). Le Six Sigma, issu de l'industrie, s'attache à maîtriser la variabilité d'un processus (zéro défaut). Ces 2 approches, complémentaires, ont conduit à une synthèse de l'excellence opérationnelle au travers du Lean Six Sigma.

Nos formations en management de projet et Lean Six Sigma permettent d'aborder les méthodologies génériques de gestion de projet, d'acquérir les outils de pilotage et d'intégrer l'ensemble des comportements clés. Avec pour objectifs la maîtrise des coûts, le respect des délais et la rentabilité des projets.

Des formations certifiantes

L'Académie 37.5 dispense les formations Lean Six Sigma Yellow Belt, Green Belt et Black Belt ainsi que les certifications correspondantes, avec les options « Service » ou « Industrie ».

Ces certifications, reconnues en France et à l'international, répondent à une norme (NF X06-091) qui garantit les compétences acquises et leur application dans l'entreprise. Elle est délivrée par un organisme certificateur totalement indépendant de L'Académie 37.5.

Nous intégrons donc dans nos offres de formation, pour ceux qui le souhaitent, une préparation intensive à la certification ainsi que la présentation à l'examen. La certification se décompose en 2 parties : une partie théorique (validation des connaissances sous forme d'un QCM de 120 questions) et une partie pratique (mise en œuvre d'un chantier Lean Six Sigma). Le candidat peut choisir de ne présenter que la partie théorique, et présenter la partie pratique ultérieurement (dans les 12 mois qui suivent).

La présentation à la certification n'est pas une garantie d'obtention. Seules les compétences du candidat et sa préparation permettent de maximiser les chances de réussite (70% de bonnes réponses sont exigées). L'Académie 37.5 s'adosse au CESI, organisme agréé certificateur reconnu. L'apprenant reçoit, suite à l'examen, un diplôme enregistré.

Les compétences apportées

- Acquérir des outils de pilotage projet
- Intégrer la maîtrise des coûts et des délais
- Maîtriser des méthodes de projet type percée
- Acquérir les comportements clefs de pilotage d'équipes transverses

Les bénéfices pour l'entreprise

- Développer du Lean management dans son organisation pour minimiser les gaspillages
- Grâce aux outils Six Sigma, développer les capacités d'analyse chiffrée d'un problème
- Développer une culture client et ritualiser la collecte de la voix du client
- Créer une dynamique d'excellence opérationnelle transverse

Les compagnons formateurs



Delphine Greffet
Excellence opérationnelle



Pascal Grenouilleau
Excellence opérationnelle



Frédéric Jugé
Excellence opérationnelle



Lydie Le Baron
Conduite du changement





White Belt Lean Six Sigma

Cette formation a pour but de sensibiliser les managers à la méthode Lean Management d'amélioration de la qualité et aux outils du Six Sigma.

Objectifs

- Comprendre les principes du Lean management et du Six Sigma
- Être en mesure d'identifier un processus à améliorer ou un problème complexe
- Appréhender l'aspect managérial de l'excellence opérationnelle

Programme

Qu'est-ce que l'excellence opérationnelle ?

- Retour vers le futur
- Pourquoi l'excellence opérationnelle est-elle indispensable ?
- Le client, boussole de l'entreprise
- Le lean management : améliorer l'efficacité
- Le Six Sigma : zéro défaut
- Les principes du Lean Six Sigma
- Les démons à pourchasser. L'entreprise fantôme.
- Les 10 clefs de l'excellence opérationnelle
- Mener une percée

Qu'est-ce qu'une percée ?

- Percée ou amélioration continue ?
- Le cycle DMAIC
- Quelques exemples de percée
- Facteurs-clefs de succès et facteurs de risque
- Premiers pas. Par où commencer ?
- Échanges. Questions / Réponses



6 à 15
participants



Présentiel
ou distanciel



1/2
journée

Public et prérequis

Tout public.

Sans prérequis.

Moyens pédagogiques et techniques

- Un support de cours (50 pages) PDF
- Clef USB avec le support « Comprendre les principes de l'excellence opérationnelle, du Lean Management et du Six Sigma »



Yellow Belt Lean Six Sigma

Cette formation a pour but de comprendre la méthode Lean Six Sigma ainsi que certains outils associés, de façon à pouvoir participer à un chantier d'amélioration continue, ou de percée DMAIC.

Objectifs

- Comprendre les jalons d'un projet de percée
- Découvrir, comprendre et pratiquer quelques outils du Lean Six Sigma
- Être capable d'intégrer une équipe d'un projet de percée Lean Six Sigma

Programme

- Comprendre les principes de l'excellence opérationnelle, du Lean Management et du Six Sigma
- Identifier un projet d'amélioration ou un problème complexe à résoudre
- Comprendre le cycle DMAIC et ses jalons
- Mettre en œuvre les principaux outils du Lean Six Sigma
- Participer à un projet d'amélioration Lean Six Sigma

Public et prérequis

Tout public.

Sans prérequis.

Moyens pédagogiques et techniques

- Salle de formation équipée d'un vidéo projecteur et d'un paper board
- Conformité stricte avec la norme NF X06-091
- Cette formation prépare à la certification Yellow Belt. Si vous souhaitez passer la certification, contactez-nous.



4 à 10
participants



Présentiel



3
jours

Supports pédagogiques

- Formation idéalement couplée à un projet d'amélioration réel et étalé sur 2 mois (ou plus)
- Assistance (téléphone / mail) pendant 3 mois
- Un support de cours référence (250 pages) PDF
- Clef USB avec le support et les exercices
- 15 exercices pratiques pour assimiler la méthode, l'attitude et les outils

Compagnonnage

Sur demande.



Green Belt Lean Six Sigma

Cette formation a pour but de former les participants à l'excellence opérationnelle (Lean Six Sigma), afin de leur permettre de mener des projets d'amélioration de la performance au sein de leurs entreprises.

Objectifs

- Identifier et cadrer avec précision un projet d'amélioration importante (percée) ou un problème complexe à résoudre
- Connaître et appliquer les outils du Lean et du Six Sigma au travers d'une percée DMAIC
- Être capable de piloter une équipe projet Lean Six Sigma sur un projet d'envergure moyenne (industrie, service ou administration)

Programme

- Comprendre les principes de l'excellence opérationnelle, du Lean Management et du Six Sigma
- Identifier un projet d'amélioration ou un problème complexe à résoudre
- Comprendre le cycle DMAIC
- Connaître et appliquer les outils du Lean et du Six Sigma à travers une percée
- Piloter un projet d'amélioration

Public et prérequis

Responsables qualité, chefs d'atelier ou service, managers opérationnels, responsables ExOp, chefs de projet. Connaissances arithmétiques élémentaires requises.

Moyens pédagogiques et techniques

- Salle de formation équipée d'un vidéo projecteur et d'un paper board
- Conformité stricte avec la norme NF X06-091
- Cette formation prépare à la certification Green Belt. Si vous souhaitez passer la certification, contactez-nous.



3 à 10
participants



Présentiel



8
jours

Supports pédagogiques

- Formation idéalement couplée à un projet d'amélioration réel et étalé sur 3 mois (ou plus)
- Assistance (téléphone/mail) pendant 3 mois
- Un support de cours référence (750 pages) PDF
- Clef USB avec le support et les exercices
- 70 exercices pratiques pour assimiler la méthode et les outils et pratiquer avec des données réelles
- Un aide-mémoire de poche (Memory jogger)
- Un jeu de cartes planning poker

Encadrement

La formation est réalisée par un spécialiste de l'excellence opérationnelle, Master Black Belt Lean Six Sigma, membre de l'Université Lean Six Sigma, formateur et consultant pour le cabinet 37.5 qui saura concrètement transmettre son expérience de professionnel.

Compagnonnage

Suivi individuel en compagnonnage à distance : à définir.



Black Belt Lean 6 Sigma

Cette formation permet aux collaborateurs qui sont déjà de niveau « Green Belt » d'acquérir les techniques et outils afin d'être préparés à la certification Black Belt Lean Six Sigma « Industrie » ou « Service ». Nous proposons un parcours résolument pratique, en expliquant les fondements tout en restant parfaitement conforme à la norme NF X06-091.

Objectifs

- Maîtriser et appliquer les outils avancés du Lean et du 6 Sigma en menant une percée DMAIC sur des projets à fort enjeu
- Être capable de piloter une équipe projet Lean Six Sigma
- Pouvoir former au niveau Green Belt et Yellow Belt
- Pouvoir prétendre à une certification Black Belt

Programme

- Revoir les fondamentaux de l'excellence opérationnelle et le cycle DMAIC
- Approfondir les outils du Lean et du Six Sigma au travers d'une percée
- Approfondir la maîtrise statistique des procédés
- Collecter, analyser et prendre des décisions à partir des données de l'entreprise
- Piloter un projet d'amélioration d'un processus à fort enjeu ou la résolution d'un problème complexe
- Former et assister les Green Belt

Public et prérequis

Responsables qualité, chefs d'atelier ou service, managers opérationnels, responsables Excellence Opérationnelle.

Connaissances arithmétiques élémentaires.

Même si la formation intègre des rappels essentiels, de nombreux aspects élémentaires du Lean manufacturing et du 6 Sigma ne seront pas abordés. En conséquence, les participants à la formation doivent déjà avoir suivi un cursus Green Belt (industrie ou services), sans nécessairement être certifiés.



6 à 15
participants



Présentiel
ou distanciel



8
jours

Moyens pédagogiques et techniques

- Salle de formation équipée d'un vidéo projecteur et paper board
- Nombreux exercices (50+) permettent de mettre en situation l'apprenant pour chaque nouveau concept ou outil abordé.
- Un QCM valide, à chaque début de session, les acquis de la session précédente et permet de refaire une éventuelle révision des concepts mal assimilés.
- Conformité stricte avec la norme NF X06-091
- Cette formation prépare à la certification Black Belt. Si vous souhaitez passer la certification, contactez-nous.

Supports pédagogiques

- PowerPoint (750 pages) utilisé par le formateur et fourni au stagiaire au format électronique (PDF)
- Modèles d'outils cités en cours (Minitab & Excel) immédiatement utilisables en entreprise
- Jeux d'essais de données (Minitab) avec corrigés
- Bibliographie

Encadrement

La formation est réalisée par un spécialiste de l'excellence opérationnelle, Master Black Belt Lean Six Sigma, membre de l'Université Lean Six Sigma, formateur et consultant pour le cabinet 37.5 qui saura concrètement transmettre son expérience de professionnel.

Compagnonnage

Suivi individuel en compagnonnage à distance : à définir.



Les principes de la gestion de projets Agile

Cette formation courte doit permettre à chacun de comprendre les enjeux et tous les avantages d'une méthodologie alternative de gestion de projet. L'agilité permet de faire aboutir plus rapidement les projets, de façon collaborative et transparente. Très présente dans le monde du logiciel, les démarches agiles peuvent également s'appliquer à de nombreux types de projets.

Objectifs

- Comprendre les principes de l'agilité
- Acquérir les fondements de la méthode Scrum

Programme

Principes de l'excellence opérationnelle

- Les principes et « démons » du Lean
- Le pilotage par la valeur
- Le Lean dans les services et dans les technologies de l'information (IT)

L'agile, une autre approche de la gestion de projets

- Forces & Faiblesses du cycle en V
- Pourquoi délais et budgets sont-ils rarement respectés ?
- Le problème du chiffrage classique
- Pourquoi l'agile ?
- Les principes de l'agile. Agile Manifesto.
- La notion de sprint et de release
- Time boxes et Artefacts agiles
- Les indicateurs de pilotage du projet



6 à 15
participants



Présentiel



1/2
journée

Les corollaires d'une démarche agile

- Un management différent
- Une organisation plus transverse
- Le problème du chiffrage classique
- La nécessité d'une démarche progressive
- Les facteurs-clés de succès

Public et prérequis

Dirigeants, managers, responsables d'équipes, de toutes directions métiers.

Sans prérequis.

Moyens pédagogiques et techniques

Salle de formation équipée d'un vidéo projecteur et d'un paper board.



Agilité et méthode Scrum

La méthode Scrum est la méthode agile la plus populaire, imaginée à l'origine pour tout type de projet collaboratif où les spécifications peuvent être amenées à évoluer. Scrum a été déployé prioritairement dans l'univers des technologies de l'information mais est adaptée à tous types de projet.

Objectifs

- Acquérir les fondements de l'approche Agile (origines, domaines d'applications)
- Comprendre la méthode Scrum, appliquée au développement logiciel, et plus particulièrement, le rôle du « Product Owner » au sein de l'équipe
- Mettre en pratique, en tant que Product Owner, les différentes étapes et livrables de la méthode Scrum sur un projet concret de développement logiciel
- Être en mesure d'adapter Scrum au contexte de l'entreprise

Programme

Jour 1

- Principes du Lean Management
- L'agilité « descend » du Lean
- La méthode Scrum

Jour 2

- Le Responsable de Produit (Product Owner)
- Le déroulement d'un projet Scrum
- Les indicateurs



3 à 10
participants



Présentiel



3
jours

Jour 3

Cette journée, en général décalée d'un mois, s'appuie sur des mises en œuvre concrètes, par les participants, des pratiques et d'outils vus dans la première session, sur un projet ou une partie de projet.

- Corriger la trajectoire si nécessaire
- Mieux maîtriser l'utilisation des outils
- Doter les participants d'outils supplémentaires
- Se fixer des nouveaux objectifs intermédiaires
- Comprendre les obstacles rencontrés de toute nature, et apprendre à les contourner

Public et prérequis

Tout collaborateur souhaitant se former aux méthodes agiles, et plus particulièrement au rôle clef du Product Owner et de ses interactions avec les équipes informatiques.

Sans prérequis.

Moyens pédagogiques et techniques

- Salle de formation équipée d'un vidéo projecteur et d'un paper board
- Support pédagogique : PowerPoint utilisé par les formateurs et fourni au stagiaire en format électronique.
- Référence des documents liés aux technologies numériques.
- 1 jeu de cartes planning poker par personne



Expérience client

**Plus qu'une posture,
une culture**

Une expérience client positive est cruciale pour le succès d'une entreprise. Elle doit prendre en compte dans son ensemble la proposition de valeur délivrée au client, bien au-delà du produit ou du service vendu, tout au long de son parcours d'achat.

Nos formations sont directement issues des méthodologies déployées par nos consultants, dans le cadre de leurs missions de conseil auprès de dirigeants d'entreprises. Elles regroupent les outils et ressources appropriés, axés sur des cas concrets et orientés résultats, pour que votre entreprise soit en mesure de concevoir et mettre en œuvre une stratégie d'expérience client optimale.

L'approche pédagogique

Elle repose sur l'expérience de formateurs-consultants ayant tous eu un long parcours en entreprise dans le domaine de la culture client. Les études de cas et les analyses démarrent toutes des situations réelles d'entreprise. Des apports théoriques importants viennent renforcer la capacité des apprenants à développer des plans stratégiques et opérationnels efficaces. Chaque participant repart avec des outils pragmatiques et immédiatement utilisables en entreprise.

Les compétences apportées

- Comprendre les enjeux de la culture client
- Savoir évaluer la maturité de la culture client d'une entreprise
- Intégrer une culture client dans un plan stratégique marketing
- Identifier les outils de l'écosystème et leurs grandes fonctionnalités

Les bénéfices pour l'entreprise

- Se positionner sur leur marché par le prisme de la culture client
- Lancer des programmes d'amélioration de la culture client très rapidement nourrit sur le moyen terme
- Fédérer et d'impliquer tous les participants à un projet de culture d'entreprise
- Mesurer avec précision les avancées et les impacts des plans d'actions
- Créer de la valeur auprès de ses clients par les retours d'expérience client

Les compagnons formateurs



Loïc Bertin
Business development



Béatrice Dupuis
Expérience client



Patricia Rambaud
Culture client



Valérie Vax
Acquisition et fidélisation client





Développer la culture client dans ses équipes

Cette formation a pour but d'harmoniser et de partager une culture client au sein d'une équipe ou d'une organisation et d'optimiser le discours commercial.

Objectifs

- Comprendre les attentes d'un client
- Analyser les leviers de la satisfaction d'un client en général et d'un client de son entreprise en particulier
- Partager en collectif le sentiment d'insatisfaction et ses conséquences dans une relation BTB ou BTC
- Différencier la force des ancrages de la satisfaction jusqu'à la recommandation
- Reconnaître les éléments clefs d'un service qualitatif et se projeter en situation dans son activité

Programme

- Les piliers de la culture client en général et dans votre entreprise en particulier
- Qu'est-ce qu'un client : atelier de réflexion collective
- Qu'est-ce que la satisfaction client : Théorie et échanges
- Quelles sont les causes d'insatisfaction d'un client en BtoC et en BtoB : atelier participatif et catégorisation des résultats
- Les conséquences de l'insatisfaction sur mon entreprise : gestion des réclamations, infidélité, litiges, coûts cachés et perte de business. Partage de retours d'expérience.
- L'étape ultime : la recommandation – quelles marques recommanderiez-vous et pour quelles raisons – Atelier collectif avec identification des leviers par valeur.
- L'expérience client : de l'intérêt à la concrétisation livrée de son projet – illustration avec des cas de l'entreprise où comment chaque collaborateur participe à une expérience client remarquable.
- Partage de la pyramide de l'expérience client
- De l'importance de la mesure de la satisfaction client comme indicateur partagé



3 à 10
participants



Présentiel
ou distanciel



2
jours

Public et prérequis

Tout public.

Sans prérequis.

Moyens pédagogiques et techniques

- Exposés, diaporamas
- Études de cas sur la base d'un système qualité pédagogique
- Échanges, questions/réponses
- Documents pédagogiques remis aux stagiaires
- Questionnaires d'évaluation

Compagnonnage

En fonction de la mise en situation réelle.



Construire son plan d'expérience client

Pour faire vivre une expérience mémorable aux clients que l'on veut fidéliser, il est nécessaire de bâtir ou rebâtir la valeur délivrée par la marque / l'entreprise à chaque interaction avec ses clients. Cette formation a pour but de donner les clés de la conception d'un plan d'expérience client structuré, concentré sur les clients que l'entreprise a choisi de fidéliser.

Objectifs

- Aligner les équipes Opérations, Marketing, Vente, Communication et Service Client sur les clients cibles et l'expérience client à délivrer en fonction de leurs comportements, besoins et attentes
- Définir et prioriser les actions et investissements de l'entreprise en expérience client

Programme

- Identifier les profils des clients auxquels l'entreprise veut faire vivre une expérience à la hauteur de leurs attentes
- Formaliser le parcours client, « les moments de vérité » du parcours, les ressentis et émotions positifs et négatifs du client
- Déterminer les actions pour enchanter l'expérience du client et les indicateurs de mesure
- Construire le plan d'action en alignant opérations, ventes, marketing, service client et communication sur les priorités
- Intégrer le plan d'action dans les budgets opérationnels



4 à 10
participants



Présentiel
ou distanciel



2 jours
+ accompagnement

Public et prérequis

Responsables des opérations (logistique, RH, SI... en fonction de l'entreprise), marketing, ventes, service client, communication.

Sans prérequis.

Moyens pédagogiques et techniques

- Apports théoriques sur la méthode
- Mise en application par l'utilisation d'outils
- Retours d'expérience

Compagnonnage

2 sessions d'1 heure consacrées à la revue du plan d'expérience client finalisé ou en cours d'élaboration. Conseils sur la méthode, les leviers d'action et la priorisation.



Accélérer son business par le CRM

Alors que le nerf de la guerre commerciale tient dans la qualité de l'information client disponible et la capacité à la mobiliser rapidement, la gestion des opportunités commerciales est souvent fastidieuse entre le marketing, les ventes et le service client. Un outil de CRM servira à structurer, sécuriser et professionnaliser ce domaine stratégique de l'entreprise au travers d'une plateforme commune de gestion des données client, et par là même à augmenter la productivité commerciale et générer des revenus. Pourtant, seules 27% des entreprises B2B sont équipées d'un outil de CRM.

Objectifs

- Connaître les outils de CRM : domaines fonctionnels, fonctionnalités, composantes et bénéfices business
- Connaître les différentes étapes, activités et problématiques d'un projet CRM en tant que sponsor, chef de projet maîtrise d'ouvrage, maîtrise d'œuvre ou utilisateur
- Savoir comment pérenniser l'utilisation de l'outil
- Déterminer l'opportunité d'investir dans un outil de CRM pour votre entreprise

Programme

- Périmètre et fonctionnalité des outils CRM
- Panorama des outils de CRM orientés B2B
- Enjeux et bénéfices business
- Étapes et jalons d'un projet CRM, de la définition des besoins métier à l'intégration et au déploiement
- Appropriation et montée en compétences des équipes
- Mesures du ROI



4 à 10
participants



Distanciel



1/2
journée

Public et prérequis

Directions commerciales, directions marketings, directions informatiques, directions générales.

Sans prérequis.

Moyens pédagogiques et techniques

- Vision conférence
- Modèle d'entreprise activé dans un CRM B2B
- Supports de présentation
- Questionnaire d'évaluation des acquis

Compagnonnage

En fonction de la mise en situation réelle.



Gérer et maîtriser sa relation client par téléphone

Cette formation a pour objectifs de mieux maîtriser les relations clients et d'acquérir les techniques permettant de faire face aux situations conflictuelles.

Objectifs

- Acquérir les bonnes pratiques du traitement des demandes clients
- Assimiler les techniques de gestion des clients difficiles
- Développer la directivité du traitement des appels
- Adopter une posture professionnelle pour maximiser la satisfaction client en toute sérénité

Programme

Partie 1 : Les fondamentaux du traitement d'un appel – de la rédaction d'un mail

- Scénarios d'appels : les fondamentaux du déroulé d'appels et rédaction du déroulé du client
- Adopter une écoute active : développer son sens de l'écoute pour anticiper les conflits et les incompréhensions
- La reformulation : intérêt et techniques de la reformulation
- Garder le contrôle des conversations téléphoniques : les techniques

Partie 2 : La gestion des clients difficiles

- Perception et interprétation : comprendre et apprécier le profil de son interlocuteur, comment éviter l'interprétation personnelle
- Identification des signes annonciateurs d'un appel difficile : détecter les signes et anticiper sa posture
- L'assertivité au téléphone : comment s'affirmer en respectant son interlocuteur
- La communication non violente : comment trouver une réponse gagnante-gagnante
- Parler des techniques de gestion et les énoncer avec précision



2 à 8
participants



Présentiel
ou distanciel



2
jours

Public et prérequis

Responsables service client, conseillers, agents... Une première expérience en relation client est conseillée.

Sans prérequis.

Moyens pédagogiques et techniques

- Approche théorique
- Analyses des pratiques
- Étude de cas concrets enregistrés et écrits
- Jeu de rôle et animation
- Mise en situation personnelle

Compagnonnage

En fonction de la mise en situation réelle.



Responsabilité sociétale des entreprises

**Un enjeu majeur pour la
performance de l'entreprise**

Les entreprises, quels que soient leur taille et leur secteur d'activité, constituent pour la société un levier de changement considérable, encore largement inexploité et pourtant incontournable si l'on veut sérieusement affronter les défis économiques, sociaux et environnementaux auxquels nous sommes collectivement confrontés. Les entreprises les plus avancées anticipent et en font déjà un avantage concurrentiel.

Les formations proposées vous permettent de rentrer directement dans le sujet, de lancer un programme de sensibilisation, de définir vos priorités, d'approfondir ce qui a déjà été démarré et de transformer votre modèle économique.

L'approche pédagogique

Les formations de l'Académie donnent priorité à l'acquisition des compétences par la mise en pratique et en actions des techniques et outils largement éprouvés en entreprise.

Nous privilégions toujours un accompagnement basé sur des cas réels qui s'appuie sur l'expérience pratique de Formateurs-consultants (ancien directeur ou responsable RSE de grandes entreprises) qui savent s'adapter aux cas spécifiques de chaque entreprise.

Les compétences apportées

- Maîtriser des grands enjeux du développement durable pour les entreprises
- Comprendre l'impact de la RSE sur les modèles économiques de l'entreprise et sur son organisation
- Définir et faire vivre un plan stratégique RSE associé au service d'objectifs mesurables
- Maîtriser les éléments de communication interne et externe, mobiliser les fonctions les plus exposées dans l'entreprise, établir un plan de formation pour les collaborateurs les plus impliqués

Les bénéfices pour l'entreprise

- Intégrer rapidement les contraintes réglementation et anticiper l'évolution du marché
- Anticiper la transition plutôt que de la subir
- Sécuriser ses approvisionnements
- Limiter son exposition aux risques environnementaux et sociaux
- Fidéliser les collaborateurs et attirer de nouveaux talents
- Transformer ses actions RSE en avantages concurrentiels sur son marché

Les compagnons formateurs



Jean-Manuel Bluet
RSE et organisation



Cécile Chapelle
RSE et RH



Thibaut Dubois
RSE et innovation





Comprendre les enjeux de la RSE

Comment les enjeux de la RSE peuvent modifier le mode de fonctionnement des entreprises et comment elles peuvent s'adapter pour mieux se préparer aux grandes évolutions réglementaires. Dans une approche pragmatique et engagée, cette formation permet aux participants de repartir avec les connaissances et les outils nécessaires à une future politique RSE.

Objectifs

- Comprendre les enjeux actuels liés aux limites planétaires
- Comprendre pourquoi les entreprises sont concernées par les crises environnementales et sociales
- Augmenter sa capacité à convaincre en interne
- Mettre en place un programme de diagnostic et d'actions vers les parties prenantes

Programme

- Les 9 limites planétaires et la notion d'empreinte carbone
- Comprendre les liens forts entre modèle de développement économique et démographie, entre situation environnementale et sociale
- Pourquoi et comment les entreprises sont concernées par ces différentes crises, les 7 dimensions de la RSE, la norme ISO 26000
- Les moyens d'actions des entreprises pour atténuer leur impact et s'adapter
- Un exemple concret : utilisation d'un outil simplifié de calcul d'empreinte carbone
- Le rôle de chacun d'entre nous au sein de l'entreprise
- Le lien avec les 17 objectifs de développement durable de l'ONU
- Le changement de modèle économique pour améliorer sa compétitivité



5 à 15
participants



Présentiel
& distanciel



2
jours

Public et prérequis

Tout public, toutes fonctions concernées, toutes tailles et toutes activités d'entreprise.

Nécessite de bien connaître le fonctionnement de l'entreprise et son organisation, être sensibilisé(e) aux sujets de la RSE.

Sans prérequis.

Moyens pédagogiques et techniques

Support pédagogique : PowerPoint utilisé par les formateurs et fourni au stagiaire en format électronique. Référence des documents liés aux technologies numériques.

La formation alterne travaux pratiques et apports théoriques.

Encadrement : la formation est réalisée par un expert RSE.



Construire et piloter sa stratégie RSE

Une politique RSE est un véritable levier de performance et d'innovation pour les grandes entreprises comme pour les TPE/PME. Elle engage des démarches environnementales, économiques, sociales, et de solidarité. Elle consolide la stratégie globale de l'entreprise. Son application répond à une méthodologie et à l'élaboration d'un plan d'action cohérent.

Objectifs

- Comprendre les étapes clés de mise en place d'une stratégie RSE
- Identifier les leviers d'action dans leur entreprise
- Construire leur stratégie d'engagement RSE

Programme

1ère journée : définir ou conforter sa stratégie

- Les grands enjeux du développement durable
- La réglementation
- Quel bilan en France
- Être responsable RSE
- Labels et certifications
- Illustration d'entreprises inspirantes
- Élaborer un diagnostic

2ème journée : déployer une stratégie RSE, passer à l'action

- Cartographier les parties prenantes
- Identifier leurs besoins spécifiques et comprendre leur logique
- Analyser les enjeux et les prioriser
- Comment s'engagent les différents secteurs RH, achats, marketing...
- Construire sa matrice de matérialité
- Notion d'empreinte de l'entreprise : informatique responsable, bilan carbone, analyse du cycle de vie, QVT
- Intégrer la stratégie RSE à la stratégie de l'entreprise

3ème journée : entretenir la culture RSE, lier évaluation et évolution

- Définir une feuille de route, organiser son déploiement
- Choisir ses propres indicateurs SMART
- Réaliser son tableau de bord et un rapport extra-financier
- Formaliser une politique de veille
- Attention au greenwashing



4 à 10 participants



Présentiel



2 + 2 + 1 jours

4ème journée : entretenir la culture RSE, susciter l'appropriation

- Aller vers une communication engageante
- Accompagner le changement
- Le rôle du manager
- Inscrire la RSE dans sa communication institutionnelle
- La RSE au service de la marque employeur
- Pour aller plus loin (loi Pacte-entreprise à mission...)

5ème journée : lancer sa stratégie

- Réflexion et analyse des stratégies RSE par les participants
- Comment développer ses axes d'amélioration continue

Public et prérequis

Responsables RSE, dirigeants.

Nécessite d'avoir suivi le module 1 « Comprendre les enjeux de la RSE ».

Moyens pédagogiques et techniques

Support PowerPoint utilisé et fourni au stagiaire en format électronique. Référence des documents liés aux technologies numériques.

La formation alterne travaux pratiques et apports théoriques.

Encadrement : la formation est réalisée par un expert RSE.

Compagnonnage

Suivi individuel en compagnonnage à distance : à définir.



Auditer et renforcer sa stratégie RSE

Cette 3ème session permet d'approfondir l'intégration de la RSE dans la stratégie de l'entreprise pour gagner en efficacité et en impact. Après la réalisation d'un diagnostic des actions et des résultats obtenus par l'entreprise sur ses grands enjeux RSE, cette session permet à l'équipe dirigeante de questionner son business model et son organisation pour « ancrer ses engagements », créer un avantage compétitif et mieux se préparer aux transitions sociétales en cours.

Objectifs

- Évaluer l'efficacité des actions menées et de l'organisation
- Renforcer et mettre à jour la stratégie RSE, renforcer l'implication des collaborateurs
- Faire évoluer son organisation vers un modèle moins pyramidal, plus connecté, plus collaboratif
- Aligner modèle d'affaire et stratégie RSE pour créer de la Valeur Globale, explorer les nouveaux modèles de croissance

Programme

1ère journée : positionner sa maturité RSE

- Diagnostic de la politique RSE sur les 7 grands Chapitres
- Revue des résultats obtenus – Quelles reconnaissances externes – Niveau d'implication des collaborateurs – Quelles implications externes – Quelle contribution sociétale

2ème journée : devenir une entreprise à mission

- Le rôle des entreprises dans l'émergence d'une société plus sobre et plus juste
- Revue de la loi Pacte 2019
- Travailler avec sa Raison d'être
- La Création de Valeur Partagée et gouvernance de la démarche
- Se lancer dans la labellisation B-Corp ou Lucie et intégrer leurs réseaux d'entreprises

3ème journée : transformer son modèle économique

- Les nouveaux modèles d'affaires qui intègrent la RSE par nature : économie collaborative, économie de la fonctionnalité, économie circulaire, régénératrice, symbiotique



4 à 10 participants



Présentiel



2 + 1 + 1 jours

4ème journée : adapter son organisation

- Décloisonnement des fonctions, collaboration, gouvernance participative
- Repenser le rôle de chaque échelon et de chaque fonction
- Bien positionner la Direction RSE
- Faire converger la gestion des risques avec la RSE
- Adapter ses outils et ses indicateurs
- Ancrage territorial et écosystème

Public et prérequis

Cadres dirigeants, Direction ou responsable RSE, Direction marketing, commerciale, achats ou financière.

Nécessite d'avoir suivi le module 2 « Construire et piloter sa stratégie RSE » ou équivalent.

Moyens pédagogiques et techniques

Support PowerPoint utilisé et fourni au stagiaire en format électronique. Référence des documents liés aux technologies numériques.

La formation alterne travaux pratiques et apports théoriques.

Encadrement : la formation est réalisée par un expert RSE.

Compagnonnage

Suivi individuel en compagnonnage à distance : à définir.





Achats & relation fournisseurs

**La dynamique de
l'optimisation**

L'entreprise est liée en moyenne pour 60% de ses coûts à ses fournisseurs. Depuis plusieurs années, aujourd'hui et encore davantage dans l'avenir, une collaboration avec ceux-ci sera facteur de rentabilité, croissance, d'innovation et de continuité d'activité.

Les enjeux liés aux fournisseurs n'ont jamais été aussi visibles et impactant pour les directions générales et opérationnelles : continuité des chaînes d'approvisionnements, besoins d'innovation venant de l'extérieur, accompagnement dans le développement... L'importance d'une gestion professionnelle et structurée devient essentielle.

Les formations proposées vous permettent d'aborder l'ensemble de la chaîne achat – fournisseur – réduction des coûts.

L'approche pédagogique

Les formations en achats de l'Académie 37.5 donnent priorité à l'acquisition des compétences par la mise en pratique et en actions des techniques et outils. La méthode d'apprentissage des savoirs s'articule autour de 2 blocs : un premier bloc d'apprentissage théorique, et un second bloc de mise en pratique autour de cas réels à l'entreprise.

Les compétences apportées

- Gérer les Achats en lien avec des enjeux de l'entreprise moderne
- Piloter les relations et partenariats avec les clients internes et les fournisseurs
- Comprendre les nouveaux défis de la fonction Achats : la gestion proactive du risque, la digitalisation, les achats responsables
- Savoir travailler avec les fournisseurs pour générer une valeur économique et financière, comme réduire les coûts mais également développer la croissance du chiffre d'affaires
- Les compétences de collaboration et de négociation dans des objectifs gagnant-gagnant

Les bénéfices pour l'entreprise

- Maximiser le levier des Achats pour atteindre ses objectifs opérationnels et financiers de rentabilité et de croissance
- Maîtriser les conditions contractuelles à son avantage
- Anticiper les risques des chaînes d'approvisionnements pour fiabiliser les flux et les délais
- Réussir la mue vers les Achats responsables
- Générer efficacité et transparence grâce aux outils digitaux

Les compagnons formateurs



Emmanuel Bernoux
Performance des achats



Philippe Gambini
Avocat conseil d'entreprise





Le sourcing et la sélection des fournisseurs

Le sourcing est un des piliers du processus Achats. Comment le préparer, le conduire en interne et en externe ? Par quelles étapes passer pour en faire un processus permettant le choix et l'intégration des meilleurs fournisseurs ? 37.5 propose une approche en 7 étapes offrant un déroulé fluide et efficace.

Objectifs

- Apprendre à mener un processus de sourcing de la prise en compte du besoin interne à la mise en œuvre
- Définir les cahiers des charges en collaboration avec les demandeurs
- Analyser le panel fournisseurs existant et ses performances
- Analyser les opportunités du marché externe
- Créer et procéder à un appel d'offre
- Négocier les conditions et les contractualiser

Programme

- Les principes et objectifs d'un programme de sourcing
- Définition du périmètre du projet de sourcing, état de la dépense achats ciblée, objectifs, planification et allocation des ressources
- Analyse de l'existant : cartographie des attentes des clients internes, cahier des charges fonctionnel et/ou technique, analyse interne / externe / marché
- Développer une stratégie de sourcing : tactiques de réallocation de volumes entre les contrats existants, définition des volumes restant à sourcer, stratégie d'approvisionnement, partage en interne
- Fournisseurs potentiels et critères de sélection : approche des fournisseurs, analyse financière, critères d'attribution du marché et pondération
- Appel d'Offre : demande de propositions, suivi des fournisseurs et des réponses, analyse des offres reçues, gouvernance multifonctionnelle
- Négociation : approbation des fournisseurs sélectionnés, objectifs / stratégie / tactiques de négociation, mener et conclure la négociation, sélection finale



5 à 10
participants



Présentiel
& distanciel



2
jours

- Mise en œuvre : contrats / lettres d'intention, plan de mise en œuvre et de communication, suivi des performances des fournisseurs
- Projet par équipe : préparation d'un processus de sourcing pour un besoin réel de l'entreprise, avec coaching du formateur, puis présentation / soutenance / évaluation collective / débriefing.

Public et prérequis

Communauté achats, clients internes si pertinent.

Connaissances : sensibilisation ou connaissance de la fonction Achats.

Sans prérequis.

Moyens pédagogiques et techniques

Support pédagogique : PowerPoint utilisé par les formateurs et fourni au stagiaire en format électronique. Référence des documents liés aux technologies numériques.

Pour faciliter la montée en compétences du stagiaire, la formation alterne travaux pratiques et apports théoriques.

La formation est réalisée par un expert de la fonction et ancien dirigeant de services achats.



Le sourcing et les achats responsables

Que sont les Achats Responsables et que recouvrent-ils ? Pourquoi la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) est-elle devenue une donnée incontournable des entreprises et particulièrement des organisations Achats ? Comment mettre en place les éléments concrets des achats responsables qui sont devenus un impératif d'entreprise ?

Objectifs

- Comprendre le contexte et les implications de long terme de la RSE, les Achats responsables et les enjeux dans la gestion des fournisseurs
- Pouvoir mesurer la maturité de son organisation
- Savoir déployer un plan de priorisation des catégories d'achats et cartographier les risques

Programme

- Comprendre la RSE aux Achats : les enjeux pour l'entreprise, le rôle clé des achats dans le déploiement d'une stratégie RSE, les grands sujets d'une stratégie Achats Responsables, réglementations et opportunités, Achats responsables et ROI, panorama des pratiques
- Diagnostic & mesure du niveau de maturité Achats Responsables : les 4 niveaux de maturité, les 4 domaines évalués, les bases de la démarche, les 3 processus clés : Diligence – Recours – Remédiation, le suivi de la performance, les liens avec les parties prenantes
- Définir les priorités : Pareto et catégorisation, criticité pour les catégories, sous catégories et fournisseurs, sélection des catégories et géographies prioritaires, matrice de priorisation effort x impact
- Analyse des risques RSE dans la chaîne d'approvisionnement : cartographie du réseau fournisseurs cible, nœuds à risques, Scoring des risques, heatmap, probabilité d'occurrence X impact, plan d'action ciblé



5 à 10
participants



Présentiel
& distanciel



2
jours

Public et prérequis

Communauté Achats, parties prenantes internes et dirigeants.
Connaissances : sensibilisation aux enjeux RSE de l'entreprise.
Sans prérequis.

Moyens pédagogiques et techniques

Support pédagogique : PowerPoint utilisé par les formateurs et fourni au stagiaire en format électronique. Référence des documents liés aux technologies numériques.

Pour faciliter la montée en compétences du stagiaire, la formation alterne travaux pratiques et apports théoriques.

La formation est réalisée par un expert de la fonction et ancien dirigeant de services achats.



Gestion des risques fournisseurs et stratégie de catégories

Qu'est-ce que la gestion des catégories et une stratégie de catégorie ? Pourquoi est-ce crucial dans les Achats et pour une entreprise comme une PME, une ETI ? Comment s'intègre-t-il dans le processus de l'entreprise ? Comment est-il mis en place, organisé, selon quels processus et outils ? Quels sont les avantages à court, moyen et long terme ?

Objectifs

- Apprendre à construire une stratégie d'achat efficace et efficiente par catégorie, en ligne avec la stratégie générale de l'entreprise
- Savoir cartographier et analyser du portefeuille d'achats
- Pouvoir construire et développer proactivement votre panel de fournisseurs
- Savoir mener un appel d'offres
- Gérer la performance de vos catégories
- Permettre aux acheteurs de participer à la gestion de la relation fournisseur (SRM) et de gérer les performances des fournisseurs
- Comprendre le lien entre les besoins, l'offre de marché et la stratégie sectorielle
- Partager et établir une stratégie commune sur les fournisseurs privilégiés
- Suivi de la performance des fournisseurs (tableau de bord, plan d'avancement, indicateurs de performance, etc.)

Programme

Jour 1 : processus, méthodologies et outils

- Cartographier votre portefeuille
- Analyse du marché des fournisseurs
- Définir votre stratégie par catégorie
- Déploiement de votre stratégie d'achat
- Conduite de son appel d'offres – Formalisation de l'appel d'offres, analyse, gestion, meilleures pratiques
- Gérer la performance de votre portefeuille – Identifier les KPI pertinents
- Gestion de la relation fournisseur et gouvernance (revue des activités, ...)



5 à 10
participants



Présentiel
ou distanciel



2
jours

Entre le jour 1 et le jour 2

- Une semaine de préparation d'une stratégie pour une catégorie d'un besoin réel de l'entreprise
- Élaboration par projet d'une stratégie de catégorie et d'un plan d'action
- Équipes de 3 pour 1 catégorie (4 équipes dans une classe de 12)
- Coaching du formateur

Jour 2 : présentation du processus de sourcing à la classe

- 1 jour pour 4 équipes pour présenter et défendre leur évaluation et leur stratégie
- 1h de présentation. 1h de débriefing et discussion en classe. Principaux points à retenir.

Public et prérequis

La formation s'adresse à tout collaborateur Achats ou aux parties prenantes internes impactées par les stratégies Achats.

Sans prérequis.

Moyens pédagogiques et techniques

Support pédagogique : PowerPoint utilisé par les formateurs et fourni au stagiaire en format électronique. Référence des documents liés aux technologies numériques.

Pour faciliter la montée en compétences du stagiaire, la formation alterne travaux pratiques et apports théoriques.

La formation est réalisée par un expert de la fonction et ancien dirigeant de services achats.



Les contrats d'achats

La rédaction des contrats avec les fournisseurs, ou contrat d'Achats, nécessite de bien connaître le cadre général de leur application, les clauses indispensables, les termes spécifiques.

Objectifs

Comprendre le contenu et l'impact des thèmes suivants pour pouvoir les utiliser au mieux dans les négociations de contrats d'achats :

- Conditions générales d'achats (CGA) de votre entreprise face aux conditions générales de vente (CGV) de votre fournisseur
- Taux de dépendance économique d'un fournisseur
- Impact des incidents survenant en cours de contrat : force majeure, imprévision (renégociation)
- Transfert de propriété / des risques
- Pénalités applicables
- Imputation des responsabilités
- Assurances à contracter
- Réforme récente du droit des contrats applicable aux achats

Programme

- Les règles de formation du contrat d'achat
- Le droit des contrats
- Les clauses essentielles
- Les évolutions du contrat en cours d'exécution
- Risques particuliers



5 à 12
participants



Présentiel
ou distanciel



2
jours

Public et prérequis

Communauté Achats et services juridiques de l'entreprise, avec une sensibilisation aux thématiques juridiques et contractuelles.

Sans prérequis.

Moyens pédagogiques et techniques

Support pédagogique : PowerPoint utilisé par les formateurs et fourni au stagiaire en format électronique. Référence des documents liés aux technologies numériques.

Pour faciliter la montée en compétences du stagiaire, la formation alterne travaux pratiques et apports théoriques.

La formation est réalisée par un expert de la fonction et ancien dirigeant de services achats.



La négociation avancée

« *On n'obtient pas ce que l'on mérite, on obtient ce que l'on négocie* ». Ce dicton d'un chef d'entreprise américain s'applique à tout professionnel des Achats. Comment arriver au meilleur résultat possible ? Comment préparer et mener à bien un processus de négociation avec un fournisseur ? Quels sont les outils et techniques clés pour y parvenir ?

Objectifs

- Familiariser la communauté avec les principes fondamentaux de la négociation
- Apprendre à préparer et à structurer une négociation, à reconnaître les « sales tours » et les stratégies, et à élaborer des contre-stratégies. Permettez-vous de vous préparer différemment aux différents types de négociation.
- Mettre en pratique les compétences acquises lors de jeux de rôle de négociation en direct.

Programme

- Principes fondamentaux de la négociation
- Fixation d'objectifs : résultat rêvé, résultat minimum, position de rupture
- Traduire les choix tactiques en messages clés
- Style de négociation par rapport à votre position
- Tactiques de négociation
- Phases et structure
- Rôles – lieux – hébergement
- Communication verbale vs non verbale
- Facteurs de succès



5 à 12
participants



Présentiel
ou distanciel



1
journée

Public et prérequis

Communauté Achats, parties prenantes internes, avec une première pratique de la négociation.

Sans prérequis.

Moyens pédagogiques et techniques

Support pédagogique : PowerPoint utilisé par les formateurs et fourni au stagiaire en format électronique. Référence des documents liés aux technologies numériques.

Pour faciliter la montée en compétences du stagiaire, la formation alterne travaux pratiques et apports théoriques.

La formation est réalisée par un expert de la fonction et ancien dirigeant de services achats.



Gestion de la performance et de la relation fournisseurs

Une fois la négociation achevée et les contrats mis en œuvre, les équipes Achats doivent faire vivre la relation fournisseurs sur les principes de performance et de collaboration.

Objectifs

- Apprendre à définir les objectifs et les bénéfices attendus de la relation fournisseurs
- Savoir définir et communiquer les indicateurs de performance opérationnelle et financière
- Savoir utiliser les outils et processus de la collaboration

Programme

- Pourquoi la gestion de la relation fournisseurs est critique
- Définir les objectifs en ligne avec les conditions contractuelles
- Organiser la relation et la collaboration avec les fournisseurs
- Exemples de collaboration fournisseurs
- Mise en pratique des outils de la relation et de la collaboration fournisseurs



5 à 12
participants



Présentiel
ou distanciel



2
jours

Public et prérequis

Communauté Achats, parties prenantes internes.
Sans prérequis.

Moyens pédagogiques et techniques

Support pédagogique : PowerPoint utilisé par les formateurs et fourni au stagiaire en format électronique. Référence des documents liés aux technologies numériques.

Pour faciliter la montée en compétences du stagiaire, la formation alterne travaux pratiques et apports théoriques.

La formation est réalisée par un expert de la fonction et ancien dirigeant de services achats.



Digitalisation et transformation dans la fonction achat

En quoi la digitalisation est-elle devenue un outil incontournable de la fonction Achat ? Comment le digital peut-il générer de nouvelles opportunités de création de valeur en croissance et en efficacies ? Quels en sont les piliers et quelle stratégie mettre en œuvre ?

Objectifs

- Comprendre la transformation numérique des achats et des écosystèmes fournisseurs
- Évaluer quelle est la valeur générée par la transformation numérique dans l'espace achats / fournisseurs
- Comprendre les avantages de la mise en œuvre du digital : coût, qualité, rapidité, innovation et prise de décision
- Collaborer avec les parties prenantes pour comprendre l'expérience utilisateur dans les processus Achat en amont et en aval
- Comprendre les piliers du digital : données, technologie, expérience utilisateur et processus
- Rédiger une roadmap vers la digitalisation de vos pratiques achats
- Comprendre que le digital est là pour rester

Programme

- Définition du digital dans les achats
- Comment le digital déplace la valeur que les achats tirent des marchés fournisseurs
- Collaboration avec les fournisseurs et les parties prenantes
- Piliers de la digitalisation pour les achats : les données
- Piliers de la digitalisation pour les achats : la technologie
- Piliers de la digitalisation pour les achats : des modèles opérationnels revisités
- L'avenir du digital dans les Achats



5 à 12 participants



Présentiel ou distanciel



1 journée

Public et prérequis

Communauté Achats et partie prenantes internes, avec une sensibilisation aux thématiques de la digitalisation.

Sans prérequis.

Moyens pédagogiques et techniques

Support pédagogique : PowerPoint utilisé par les formateurs et fourni au stagiaire en format électronique. Référence des documents liés aux technologies numériques.

Pour faciliter la montée en compétences du stagiaire, la formation alterne travaux pratiques et apports théoriques.

La formation est réalisée par un expert de la fonction et ancien dirigeant de services achats.



Inflation : réduire ses coûts d'achats et restaurer ses marges

Dans un contexte économique d'inflation, il faut restaurer les marges avec efficacité et pérennité. Les coûts d'achats directs et indirects représentent 60 % du chiffre d'affaires : les réduire constitue de loin le levier le plus efficient.

Objectifs

- Comprendre les coûts d'Achats dans les finances de l'entreprise
- Comprendre les composantes de ces coûts
- Comprendre les leviers de réduction et d'optimisation
- Mettre en œuvre un plan simple et efficace

Programme

- Les objectifs de la visibilité et du contrôle de la dépense achats
- Les coûts achats de l'entreprise : compte de résultats, impact des achats, catégories d'achats
- Les composantes du coût d'achats et les leviers de réduction : matières premières, transformation, coûts fixes, marges, leviers externes et internes
- Mettre en place un plan de réduction des coûts d'achats : préparer, planifier, aligner, approuver, exécuter, piloter, livrer des résultats

Public et prérequis

Acheteurs et directeurs ou responsables Achats, responsables et directeurs financiers, DAF, dirigeants d'entreprise Groupes, ETI, PME, ou autres cadres impliqués directement ou indirectement dans les plans de réductions de coûts achats.

Connaissances financières de base.

Sans prérequis.



3 à 10
participants



Présentiel
ou distanciel



1
journée

Moyens pédagogiques et techniques

Support pédagogique : PowerPoint utilisé par les formateurs et fourni au stagiaire en format électronique. Référence des documents liés aux technologies numériques.

Pour faciliter la montée en compétences du stagiaire, la formation alterne travaux pratiques et apports théoriques.

La formation est réalisée par un expert de la fonction et ancien dirigeant de services achats.

Compagnonnage

Sur demande.



Les principes fondamentaux des achats

Pourquoi les entreprises achètent-elles auprès d'un prestataire externe? Pourquoi la fonction est-elle aujourd'hui professionnalisée? Comment cela est-il organisé et quels sont les processus et outils clés utilisés par les équipes Achats et leurs partenaires internes et externes ?

Objectifs

- Définir le rôle et les défis de la fonction achats dans l'organisation de l'entreprise
- Structurer un acte d'achat dans le cadre d'un processus amont « Source-to-Contract » (S2C) et aval « Purchase-to-Pay » (P2P)
- Acquérir les fondamentaux de l'acte d'achat et les outils associés à chaque étape du processus

Programme

- Rôle et défis de la fonction achats
- Achats et fournisseurs dans le compte de de résultats de l'entreprise, le bilan et les flux de trésorerie
- Processus amont : Source-to-Contract (S2C) – Expression des besoins, cahiers des charges, gestion des clients internes, sourcing (méthodologie en 7 étapes : appel à information, appel d'offre, offre, négociation et effets de levier, matrice de sélection des fournisseurs, gouvernance), passation de marchés (principaux types de contrats et clauses clés), mise en œuvre, SRM (Supplier Relationship Management : modèles de collaboration en pyramide et en losange
- Processus aval : de la commande au paiement (P2P) – Bon de commande, livraison et réception, facturation et paiement
- Utilisation de la digitalisation pour les processus amont (S2C) et aval (P2P)



5 à 10
participants



Présentiel
& distanciel



1
journée

Public et prérequis

Communauté achats débutants, clients internes, autres parties prenantes.

Connaissances : compréhension de l'activité de l'entreprise, sensibilisation aux achats, à la qualité, à la chaîne d'approvisionnement, aux documents financiers de l'entreprise, et sensibilisation juridique.

Sans prérequis.

Moyens pédagogiques et techniques

Support pédagogique : PowerPoint utilisé par les formateurs et fourni au stagiaire en format électronique. Référence des documents liés aux technologies numériques.

Pour faciliter la montée en compétences du stagiaire, la formation alterne travaux pratiques et apports théoriques.

La formation est réalisée par un expert de la fonction et ancien dirigeant de services achats.





Informations utiles

Application à toutes nos formations

Sanction et évaluation de la formation : en application de l'article L. 6353-1 du Code du travail, une attestation mentionnant les objectifs, la nature et la durée de l'action et les résultats de l'évaluation des acquis de la formation sera remise au stagiaire à l'issue de la formation. Un questionnaire de satisfaction de fin de session sera remis au stagiaire afin d'évaluer la qualité de la formation délivrée par 37.5.

Moyens d'évaluation des participants : toutes nos formations font l'objet d'une évaluation à froid de la satisfaction (4 à 8 semaines après la formation). Validation de l'acquisition des connaissances via un questionnaire durant la formation et à la fin de la formation. Taux de bonnes réponses minimum à obtenir : 80%. En cas de résultat inférieur à 80%, un accompagnement est effectué.

Délai d'accès en formation

L'accès à nos formations peut être initié soit par l'employeur, soit à l'initiative du salarié avec l'accord de ce dernier, soit à l'initiative propre du salarié. L'organisation logistique, technique, pédagogique et financière est établie lors des divers échanges avec notre service formation et le demandeur. Le délai d'accès aux formations tient compte de ces différentes formalités afin d'être accessible dans un temps minimum d'un mois avant le début de l'action.

Apprenant en situation de handicap



Nous invitons les personnes en situation de handicap à nous contacter afin de mettre en place un accompagnement adapté pour qu'elles puissent suivre nos formations dans les meilleures conditions.

Notre référent handicap : **Stéphanie Schirmer** (stephanie.schirmer@trenteseptcinq.com).

Accessibilité pour tous

En partenariat avec des centres nous permettant de louer des salles adaptées, nous mettons tout en œuvre pour offrir les conditions d'accès optimales pour tous à nos formations.

Conditions

Toutes nos formations sont soumises aux conditions générales de vente et au règlement intérieur, disponibles sur notre site web :

trenteseptcinq.com/formation/

Qualiopi
processus certifié

■ ■ RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification a été délivrée au titre de la catégorie « Actions de Formation ».

Conditions générales de vente

Ci-après les Conditions Générales de Vente, (CGV), proposées par 37.5 (société par actions simplifiées au capital de 150 000 €, dont le siège social est situé :

931, chemin de Beauregard, 13100 Aix en Provence

Enregistrée au RCS d'Aix en Provence et dont le numéro d'identification est :

SIRET : 530 659 739 000 37 Déclaration d'activité n° 93131697813

Article 1 : Prestations vendues

Les actions de formation dispensées par 37.5 rentrent dans le cadre de la formation professionnelle et des dispositions de l'article L 6313-1 du Code du travail et sont donc réalisées conformément à un programme préétabli qui, en fonction d'objectifs déterminés, précise les moyens pédagogiques, les moyens techniques et d'encadrement mis en œuvre ainsi que les processus permettant de suivre son exécution et d'en apprécier les résultats.

Chaque formation dispensée par 37.5 porte un numéro d'identification unique, une dénomination, un titre et un contenu.

La participation aux formations dispensées par 37.5 implique de la part de l'acheteur desdites prestations (ci-après dénommé « le client ») que ce dernier veille à ce que les participants inscrits possèdent bien les connaissances requises et/ou y répondent en termes de compétence pour pouvoir suivre les formations.

La vente des prestations de formation par 37.5 est exclusivement réservée aux entreprises. Les prestations vendues concernent la formation intra et inter-entreprises des personnels de tous niveaux dans le domaine de l'Assistance à la Réflexion Stratégique, la Culture et Relation Client, l'Excellence Opérationnelle et les Ressources Humaines.

Article 2 : Application des conditions générales de vente de prestations de formation

Les présentes Conditions Générales de Vente sont applicables à toute commande de formation passée par un client auprès de 37.5 que ce soit pour des formations « intra-entreprise, ou des offres spéciales décrites ci-après.

De même, le simple fait d'assister, en personne ou par l'un de ses préposés, à une séance de formation implique l'adhésion entière et sans réserve du client aux présentes Conditions Générales de Vente pour la durée des relations contractuelles liées aux formations. Ainsi, la passation de commande ou l'assistance à une séance de formation vaut acceptation expresse et sans réserve par le client des présentes Conditions Générales des Ventes, lesquelles prévaudront sur toutes autres conditions.

Celles-ci ne peuvent être modifiées que par écrit par le client et un responsable de 37.5 dûment habilité à cet effet.

Le fait que 37.5 ne se prévale pas à un moment donné de l'une quelconque des présentes Conditions Générales des Ventes ne peut être interprété comme valant renonciation à se prévaloir ultérieurement de l'une quelconque desdites conditions.

Article 3 : Champ d'application

Les présentes Conditions Générales des Ventes s'appliquent à toutes les formations proposées par 37.5 dans son catalogue de formation en vigueur ainsi qu'à toutes les formations définies pour un client après validation conjointe sur le contenu, le format et la tarification proposée, par 37.5 et le client.

Article 4 : Commande de la formation

Pour être prise en compte par 37.5, toute formation doit faire l'objet d'un bon de commande écrit et signé par le client. Dès réception du bon de commande, 37.5 s'engage à traiter la commande dans les 5 jours.

Article 5 : Modification de la commande – Annulation ou report

37.5 se réserve le droit d'apporter à tout moment toute modification qu'elle juge utile à ses programmes et prestations de formation ainsi qu'au planning de ses formations. Elle se réserve le droit de modifier, sans préalable, les intervenants et de supprimer un ou plusieurs titres de sa gamme de formations.

En cas d'annulation pour quelque cause que ce soit (comme par exemple indisponibilité du formateur pour des raisons de maladie, panne d'électricité, indisponibilité du système informatique, nombre de participants insuffisant, conflits sociaux, conditions météorologiques la (ou les) formation(s) commandées(s) sera(ont) reportée(s) à une date ultérieure sans dédommagement ni pénalité due au client.

En cas de modification du programme ou du planning de la ou des formations, comme en cas d'annulation des formations, 37.5 s'engage à prévenir les clients ayant commandé ces formations, ou directement les participants à ces formations, désignés par le client préalablement inscrits 10 jours au moins avant le début de la ou des formations concernées. Les clients et/ou les participants pourront choisir une nouvelle date dans le calendrier des formations proposées.

S'il souhaite annuler ou reporter sa participation à une ou plusieurs formations, le client ne pourra le faire qu'en respectant scrupuleusement les conditions suivantes :

Toute annulation ou tout report d'inscription à une formation devra être signalée à 37.5 par le client lui-même, et non par les participants désignés par le client pour la ou les formations commandées, par téléphone ou par courriel et doit être confirmée par courrier recommandé avec AR à l'adresse du siège de 37.5.

Les conséquences financières des annulations et reports sont les suivantes :

Tout report ou toute annulation intervenant plus de 5 jours ouvrés avant la date du début de la formation, la date prise en compte étant la réception du courrier recommandé avec AR dont il est fait état ci-dessus, ne donne lieu à aucun frais d'annulation.

Tout report ou toute annulation intervenant entre 2 et 5 jours ouvrés avant la date du début de la formation, la date prise en compte étant la réception du courrier recommandé avec AR dont il est fait état ci-dessus, donne lieu à une facturation par 37.5 égale à 50 % du prix du catalogue de la ou des formations commandées par le client à titre d'indemnité forfaitaire à la charge du client.

Toute formation annulée ou reportée la veille ou le jour même où elle débute sera due intégralement par le client à 37.5 à titre d'indemnité forfaitaire sur la base du prix catalogue. Toute formation commencée sera due intégralement par le client.

Article 6 : Prix

Les prestations de formation sont facturées au prix en vigueur au moment de la confirmation de la commande de formation.

Le prix facturé par 37.5 inclut la fourniture de la prestation de formation conforme aux exigences de qualité 37.5 (support de cours, moyens pédagogiques, infrastructure).

Les frais de repas ainsi que les frais de déplacement et d'hébergement des participants à la formation ne sont pas inclus dans le prix de la prestation de formation.

Article 7 : Facturation

Une facture sera établie et remise au client par 37.5 à l'issue de la formation pour tout client inscrit.

Le prix de la prestation, soumis à la TVA sera exprimé en Euro toutes taxes comprises.

Article 8 : Paiement – Modalités

Le prix des prestations de formation est payable comptant à l'issue de chaque séance de formation sauf accord préalable et écrit entre le client et un responsable habilité de 37.5

37.5 étant un organisme de formation agréé, il est habilité à signer des conventions de formation. Les factures délivrées par 37.5 tiennent lieu de convention simplifiée, mais le client peut, sur simple demande, obtenir une convention détaillée et/ou une attestation de présence individuelle délivrée par 37.5.

37.5 se réserve le droit d'exiger un prépaiement quinze jours avant le début de la formation. Dans ce cas, le client pourra se voir refuser l'accès à la formation si le paiement n'a pas été effectué dans les délais requis.

Dans le cas d'un financement par l'intermédiaire d'un OPCA, il appartient au client d'obtenir la prise en charge des formations commandées auprès de cet organisme. Dans le cas où cette prise en charge n'est pas obtenue avant le début de la participation du client à la formation considérée, le client devra s'acquitter des sommes dues auprès de 37.5 et fera son affaire du remboursement auprès de l'OPCA dont il dépend.

Article 9 : Paiement – Retard ou défaut

Conformément aux dispositions de l'article L 441-6 du Code de Commerce, le délai de paiement des sommes échues ne peut dépasser les trente jours fins de mois à compter de la date d'émission de la facture.

Toute somme non payée à l'échéance figurant sur la facture générera des pénalités de retard exigibles le jour suivant la date de règlement figurant sur la facture au taux d'intérêt appliqué par la Banque Centrale Européenne majoré de 10 points de pourcentage, qui ne peut toutefois être inférieur à trois fois le taux d'intérêt légal ainsi qu'une indemnité forfaitaire de 40€ pour frais de recouvrement, conformément aux dispositions de l'article D 441-5 du Code du Commerce.

Le montant de ces intérêts de retard sera imputé de plein droit sur toutes remises, ristournes ou rabais dus par 37.5

Le client devra rembourser tous les frais occasionnés par le recouvrement contentieux des sommes dues, y compris et notamment les honoraires d'officiers ministériels (huissiers) ou d'auxiliaires de justice.

En aucun cas, les paiements ne peuvent être suspendus ni faire l'objet d'une quelconque compensation sans l'accord écrit et préalable d'un responsable habilité par 37.5

Tout paiement partiel s'imputera d'abord sur la partie exigible de la créance, puis sur les sommes dont l'exigibilité est plus récente.

Article 10 : Propriété intellectuelle – Droits d'auteur

L'ensemble des documents remis au cours de la formation constitue des œuvres originales et à ce titre sont protégés par la législation sur la propriété intellectuelle et les droits d'auteur.

En conséquence, le Client s'interdit d'utiliser, copier, transmettre et généralement d'exploiter tout ou partie de ces documents, sans l'accord préalable et écrit d'un responsable habilité de 37.5

Le client s'interdit d'effectuer toute copie de logiciels utilisés dans les stages de formation, à l'exception des exercices réalisés, à condition que les fichiers n'incluent en aucune façon des parties de programme protégé par un droit quelconque.

Le client se porte fort du respect de ces interdictions de la part des participants qu'il désignera pour assister aux séances de formation et déclare se porter, à cet effet, garant et responsable solidaire de ces participants.

Article 11 : Règlement intérieur pour le déroulement des formations

Lors de la participation aux séances de formation, le Client s'engage à respecter les dispositions du règlement intérieur de 37.5 dont il déclare avoir pris connaissance et en accepter les termes.

Le client se porte fort du respect de ces dispositions de la part de participants qu'il désignera pour assister aux séances de formation et déclare se porter, à cet effet, garant et responsable solidaire de ces participants.

Article 12 : Notifications

Toutes notifications devant être effectuées dans le cadre de l'exécution des présentes Conditions Générales de Ventes seront considérées comme réalisées si elles sont faites par lettre recommandée avec demande d'avis de réception aux adresses suivantes :

A 37.5 : Service Formation, 931 chemin de Beauregard 13100 Aix en Provence.

Au client : à l'adresse indiquée par le client lors de la commande.

Article 13 : Nullité d'une clause

Si l'une quelconque des dispositions des présentes Conditions Générales de Vente était annulée, cette nullité n'entraînerait pas la nullité des autres dispositions desdites Conditions Générales de ventes qui demeureront en vigueur entre 37.5 et le client.

Article 14 : Confidentialité des données

Les informations demandées au client sont nécessaires au traitement de sa commande.

Dans l'hypothèse où le client consent à communiquer des données individuelles à caractère personnel, il dispose d'un droit individuel d'accès, de retrait et de rectification de ces données dans les conditions prévues par la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés. Le client doit adresser toute demande écrite à l'adresse du siège social de 37.5.



375

trenteseptcinq.com

Académie 37.5

Formations inter et intra-entreprise
pour professionnels exigeants



Trente Sept Cinq
931 chemin de Beauregard • 13100 Aix-en-Provence
+33 (0)442 244 244
trenteseptcinq.com

SAS au capital de 150 000 €
Déclaration d'activité N° 93131697813
Siret : 530 659 739 00037 • NAF : 7021 Z
TVA : FR 00 530 659 739