



FORMER - INFORMER - DÉCIDER - INFLUENCER

CATALOGUE DE FORMATIONS

www.acs-groupe.org
infos@acs-groupe.org
(00225) 01 01 56 72 78



Avant-Propos

Chez ACS Group, nous croyons fermement que la formation continue est l'un des moteurs essentiels du succès dans un environnement professionnel en constante évolution. C'est pourquoi nous avons conçu ce catalogue de formations, destiné à accompagner les organisations et les professionnels dans le développement de leurs compétences clés.

En tant que cabinet de conseil et de formation, nous avons mis un point d'honneur à élaborer des programmes de formation qui allient théorie et pratique, pour offrir une véritable valeur ajoutée à nos participants. Nos formations sont destinées à répondre aux défis contemporains que rencontrent les acteurs publics et privés, et à les aider à atteindre leurs objectifs stratégiques avec efficacité.

Notre équipe de formateurs, composée d'experts chevronnés et aguerris, met à votre disposition son savoir-faire pour vous offrir des formations interactives, dynamiques et axées sur des cas réels. Que vous soyez manager dans une organisation, un agent opérationnel ou un entrepreneur, notre catalogue de formations saura répondre à vos attentes spécifiques et vous apporter les outils nécessaires pour exceller dans votre domaine.

Chez ACS Group, notre objectif est simple : accompagner votre succès. À travers cette offre de formation, nous souhaitons être un partenaire clé dans votre évolution professionnelle et contribuer à la réussite de vos projets.

Nous vous invitons à découvrir ce catalogue et à rejoindre nos programmes pour enrichir vos compétences, accroître votre expertise et renforcer votre positionnement sur le marché.

PRÉSENTATION

ACS Group est un cabinet d'Etudes/Conseils et de formation de premier plan, dédié à l'accompagnement des entreprises, des institutions publiques et des organisations dans leur quête d'efficacité et de performance. Spécialisé dans des domaines clés tels que l'intelligence économique, le management, la gouvernance minière, et la communication stratégique, nous offrons des solutions sur mesure adaptées aux défis contemporains.

Notre mission

Notre mission est d'apporter un soutien concret aux organisations en les aidant à optimiser leurs processus, à développer les compétences de leurs équipes et à atteindre leurs objectifs de manière durable et performante. Grâce à une approche alliant expertise sectorielle et pratique opérationnelle, nous transformons les défis en opportunités.

Domaines d'Expertise

- **Formation** : Nous proposons des formations dans des domaines stratégiques comme le management, la gouvernance minière, l'intelligence économique, la finance, le marketing et la communication. Nos formations sont conçues pour répondre aux besoins actuels des professionnels, en alliant théorie et pratique.
- **Conseil et Études** : Nous accompagnons nos clients dans l'élaboration de stratégies de développement, la gestion de projets complexes, ainsi que dans l'évaluation et le suivi de leur performance. Nos services de conseil sont conçus pour apporter des solutions concrètes aux problématiques spécifiques de chaque organisation.

Pourquoi Choisir ACS Group ?

- Expertise sectorielle
- Approche personnalisée
- Impact mesurable



3 SOLUTIONS DE FORMATION POUR UN RENFORCEMENT CONTINU DE VOS CAPACITES MANAGERIALES

CYCLES CERTIFIANTS

Conçus pour être parfaitement compatibles avec une activité professionnelle, ils sont accessibles en sessions courtes planifiées sur l'année. Ils permettent de faire reconnaître les connaissances et les savoir-faire indispensables à l'exercice d'un métier ou d'une fonction et ouvrent un accès à des postes à forte responsabilité.

INTER-ENTREPRISE

Des sessions dispensées dans nos centres de formation pour approfondir et mettre à niveau vos compétences ou en développer de nouvelles

L'approche pédagogique ACS INTL permet aux participants de bénéficier d'échanges d'expériences et d'un apprentissage collaboratif efficace

INTRA ET SUR-MESURE

Formations courtes ou grands déploiements pluriannuels, formations techniques, stratégiques ou d'efficacités managériales et personnelles, toutes nos formations sont déclinables pour votre entreprise et peuvent être totalement adaptées à vos besoins et votre contexte, dans vos locaux ou avec mise à disposition des salles de notre centre.

OFFRES DE FORMATION

N°	CODE	INTITULE	PAGE
MANAGEMENT DES PROJETS ET PROGRAMMES			
1	CC-01	CERTIFICAT DE COMPETENCE EN MANAGEMENT DES PROJETS ET PROGRAMMES	p 11
2	CC-02	CERTIFICAT DE COMPETENCE EN SUIVI EVALUATION DES PROJETS ET PROGRAMMES	p 12
3	CE-01	CERTIFICAT D'EXPERTISE EN SUIVI EVALUATION REDEVABILITE ET APPRENTISSAGE (SERA)	p 13
4	CE-02	CERTIFICAT D'EXPERTISE GESTION ADMINISTRATIVE ET FINANCIERE DES PROJETS / PROGRAMMES DE DEVELOPPEMENT	p 14
5	CE-03	CERTIFICAT D'EXPERTISE PASSATION DE ARCHES PUBLICS	p 15
6	CI-01	CERTIFICATION PRINCE 2 FOUNDATION	p 16
7	CI-02	CERTIFICATION PRINCE 2 PRACTITIONER	p 17
8	CI-03	CERTIFICATION PMP	p 18
9	CI-04	CERTIFICATION CAPM	p 19
10	SF-01	LES FONDEMENTS DU MANAGEMENT DE PROJET	p 20
11	SF-02	MONTAGE DES PROJETS D'INVESTISSEMENTS	p 21
12	SF-03	PLANIFICATION STRATEGIQUE ET GESTION AXEE SUR LES RESULTATS (GAR)	p 22
13	SF-04	PLANIFICATION ET GESTION DE PROJET AVEC MS PROJECT	p 23
14	SF-05	SUIVI EVALUATION AXEE SUR LES RESULTATS	p 24
15	SF-06	CONCEPTION, MISE EN OEUVRE ET ÉVALUATION DES POLITIQUES PUBLIQUES	p 25

N°	CODE	INTITULE	PAGE
INTELLIGENCE ECONOMIQUE			
16	CC-03	CERTIFICAT DE COMPETENCE GESTIONNAIRE DE BASES DE DONNEES	p 27
17	CC-04	CERTIFICAT DE COMPETENCE DATA ANALYST	p 28
18	CE-04	CERTIFICAT D'EXPERTISE EN INTELLIGENCE ECONOMIQUE ET VEILLE STRATEGIQUE	p 29

N°	CODE	INTITULE	PAGE
GOUVERNANCE MINIERE			
19	GM-01	RSE DANS LE SECTEUR MINIER	p 31
20	GM-02	LEGISLATION MINIERE SPECIALE	p 32
21	GM-03	DEPLACEMENT ET REINSTALLATION DES POPULATIONS AFFECTEES PAR LES PROJETS MINIER	p 33
22	GM-04	MANAGEMENT DES ENTREPRISES MINIERES A PETITE ECHELLE (EMAPE)	p 34
23	GM-05	GOUVERNANCE MINIERE	p 35
24	GM-06	CONTENU LOCAL DU SECTEUR MINIER	p 36

N°	CODE	INTITULE	PAGE
FINANCE & MANAGEMENT GENERAL			
25	MG-01	MANAGER SON EQUIPE	p 39
26	MG-02	ORGANISATION ET ANIMATION DE REUNIONS	p 40
27	MG-03	MAITRISER LE MANAGEMENT OPERATIONNEL	p 41
28	MG-04	MANAGEMENT STRATEGIQUE	p 42
29	MG-05	COMMUNICATION ET EXPRESSION ORALE EN MILIEU PROFESSIONNEL	p 43
30	MG-06	PREVENIR ET GERER LES CONFLITS INTERNES	p 44
31	MG-07	GESTION DES PROJETS EN PARTENARIAT PUBLIC-PRIVE	p 45
32	MG-08	GESTION ADMINISTRATIVE ET FINANCIERE DES COLLECTIVITES	p 46
33	MG-09	ELABORATION DE BUDGET PROGRAMME	p 47
34	MG-10	PERFECTIONNEMENT ASSISTANAT DE DIRECTION	p 48

N°	CODE	INTITULE	PAGE
COMMERCE MARKETING VENTES			
35	CMV-01	BATIR UN PLAN D'ACTIONS COMMERCIALES	p 51
36	CMV-02	REUSSIR VOTRE ENTRETIEN DE VENTE EN 6 ETAPES	p 52
37	CMV-03	PROFESSION ASSISTANT MARKETING	p 53
38	CMV-04	FORMATION « INGENIEUR COMMERCIAL GRANDS COMPTES »	p 54
39	CMV-05	REUSSIR SON ENTRETIEN DE VENTE	p 55
40	CMV-06	LA FONCTION DE CHEF DE VENTE	p 56
41	CMV-07	GESTION DE LA RELATION CLIENT	p 57
42	CMV-08	REUSSIR VOTRE NEGOCIATION COMMERCIALE	p 58
43	CMV-09	BATIR UN PLAN MARKETING	p 59
44	CMV-10	FIDELISER VOS CLIENTS	p 60
45	CMV-11	FORMATION ACCUEIL DU PATIENT ET DES FAMILLES	p 61

N°	CODE	INTITULE	PAGE
COMMUNICATION STRATEGIQUE ET OPERATIONNELLE			
46	CSO-01	CONCEPTION ET PILOTAGE D'UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION INSTITUTIONELLE	p 63
47	CE-05	CERTIFICAT D'EXPERTISE EN MONTAGE PHOTO ET VIDEO	p 64
48	CSO-02	COMMUNITY MANAGEMENT : ENGAGEMENT ET GESTION DES COMMUNAUTES EN LIGNE	p 65
49	CSO-03	COMMUNICATION DE CRISE : TECHNIQUES ET GESTION DES SITUATIONS DIFFICILES	p 66
50	CSO-04	MARKETING DIGITAL	p 67
51	CSO-05	COMMUNICATION INTERNE : RENFORCER L'ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS	p 68
52	CSO-06	DESIGN THINKING ET GESTION DU CHANGEMENT	p 69



“

Dans les moments décisifs, la
meilleure chose que vous puissiez
faire, c'est de prendre la bonne
décision.

En second lieu c'est de prendre la
mauvaise décision,
et la pire chose, c'est de ne rien faire.

Théodore Roosevelt

”





MANAGEMENT DES PROJETS ET PROGRAMMES

CERTIFICAT DE COMPETENCE EN MANAGEMENT DES PROJETS ET PROGRAMMES

Durée : 52h
Coût : 350 000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Repérer les fondamentaux du management de projet et s'approprier des arguments pour développer une véritable culture projet dans son entreprise
- Identifier les caractéristiques du fonctionnement en mode projet pour comprendre les difficultés rencontrées au quotidien
- Pratiquer les techniques pour mettre un projet au service des clients
- Maîtriser les méthodes et outils de lancement, de pilotage et de clôture des projets en qualité, budget, planification
- Maîtriser le logiciel de planification MS-Project
- Se focaliser sur les points importants à surveiller et anticiper les dérives dans le déroulement du projet
- Réduire les différents risques des projets

PUBLIC CIBLE

- Chefs de projet chevronnés
- Futurs chefs de projet
- Cadres et techniciens participant à la réalisation d'un projet,
- Toute personne désireuse d'acquérir une technique pratique et rationnelle du suivi de projet avec un outil convivial et simple.

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : (4h) Concepts de base du management de projet

- Définitions
- Triangle d'or
- 06 Critères de performance selon Prince 2
- Influences Organisationnelles
- Influences externes
- Influences économiques
- Acteurs d'un projet

Module 2 : Planification et Outils de management de projet (12h)

- Cycle de vie selon le PMI
- Cycle de vie selon Prince 2
- Organigramme des tâches
- Planification basée sur le produit
- Méthode Pert et Méthode GANT

Module 3 : Gestion de Projets de développements (12h)

- Identification d'un projet de développement
- Formulation d'un projet de développement
- Financement d'un projet de développement

Module 4 : Planification et Gestion de Projet avec Ms Project (4h)

- Créer un projet sous Ms Project
- Construire un planning sous Ms Project
- Suivre un planning sous Ms Project

Module 5 : Planification stratégique (6)

- Définition des concepts de base
- Modèles de planification stratégique
- Méthodologie de construction d'un plan stratégique

Module 6 : Gestion Axée sur les résultats (12h)

- Historique de la GAR
- Les principes de la GAR
- Les Outils de la GAR
- GAR Vs MCL



CERTIFICAT DE COMPETENCE EN SUIVI EVALUATION DES PROJETS ET PROGRAMMES

Durée : 48h

Tarif : 250 000 FCFA

En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Maîtriser les enjeux techniques et institutionnels du suivi-évaluation dans la mise en œuvre des projets et programmes de développement
- Rédiger un Plan de Suivi-Évaluation pour les projets et programmes
- Assurer la mise en place d'un système de suivi-évaluation, répondant aux attentes des organismes financeurs et participant à l'apprentissage et au renforcement des capacités de l'organisation

PUBLIC CIBLE

- Cadres des unités de gestion des projets et programmes
- Personnel des agences locales des Partenaires Techniques et Financiers (PTF)
- Représentants de la société civile d'association et d'ONG
- Amateurs et professionnels de la gestion de projet

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : Concepts de Bases du suivi évaluation (4h)

- Le suivi
- L'évaluation
- Différences et Complémentarités entre Suivi et Evaluation

Module 2 : Probabilités et Statistiques (16h)

- Généralités et Définitions
- Dénombrement et Représentation Graphique d'un Caractère
- Caractéristiques d'une série statistique
 - Les paramètres de position
 - Les paramètres de forme
 - Les paramètres de dispersion

Module 3 : Conception et Mise en place d'un dispositif de Suivi évaluation (12h)

- Définition du Système de Suivi Evaluation
- Etapes du Système De Suivi Evaluation
- Décrire les éléments du plan opérationnel de S&E

Module 4 : La Collecte d'Information et informatisation du Suivi Evaluation avec l'Outil kobotoolbox (4h)

- Introduction à la méthode de géo-capacitation et la cartographie
- Introduction à l'outil KoBoToolbox
- Introduction à la création des questionnaires digitales
- Déploiement des questionnaires et introduction à l'application Android
- Création de questionnaires et sujets spécifiques aux projets
- Analyse de données spatiales

Module 5 : Méthodes pratiques d'évaluation de projets (12h)

- Confirmation des buts de l'évaluation et organisation de l'information pour un projet cible
- Planification de l'évaluation de projets
- Interprétation des données et élaboration du Rapport d'évaluation

CERTIFICAT D'EXPERTISE EN SUIVI EVALUATION REDEVABILITE ET APPRENTISSAGE (SERA)

Durée : 70h
Coût : 500 000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Maîtriser les enjeux techniques et institutionnels du suivi-évaluation dans la mise en œuvre des projets et programmes de développement ;
- Rédiger un Plan de Suivi-Évaluation pour les projets et programmes
- Assurer la mise en place d'un système de suivi-évaluation, répondant aux attentes des organismes financeurs et participant à l'apprentissage et au renforcement des capacités de l'organisation
- Conduire des missions de consultance International
- Participer à l'implémentation de projets de solidarité internationale

PUBLIC CIBLE

- Cadres des unités de gestion des projets et programmes ;
- Personnel des agences locales des Partenaires Techniques et Financiers (PTF) ;
- Représentants de la société civile d'association et d'ONG.
- Amateurs et professionnels de la gestion de projet

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : Ingénierie du Conseil (4h)

- Le métier d'Ingénieur Conseil
- Ingénierie Conseil en Management
- Ethique et avenir des Ingénieur Conseil

Module 2 : Suivi Evaluation axée sur les résultats (10h)

- La gestion axée sur les résultats (GAR)
- La GAR et la théorie du changement
- Suivi évaluation axée sur les résultats
- Méthodes et Outils de la GAR

Module 3 : Conception et Mise en place d'un dispositif de suivi évaluation (16h)

- Définition du Système de Suivi Evaluation
- Méthodologie de conception du Dispositif de Suivi Evaluation
- Production du manuel de suivi évaluation

Module 4 : Préparation et Conduite d'Une mission d'évaluation (16h)

- Elaboration de l'offre technique et financière
- Confirmation des buts de l'évaluation
- Organisation de l'information pour un projet cible
- Planification de la mission d'évaluation
- Supervision de la mission d'enquête
- Interpréter les données et Production du Rapport d'évaluation

Module 5 : La méthode LEAP (Learning through Evaluation with Accountability and Planning) (12h)

- La méthode LEAP en bref
- Le diagnostic
- La planification
- Le suivi évaluation
- La réflexion
- La transition

Module 6 : Informatique appliquée au suivi évaluation (12h)

- Les outils de planification de suivi évaluation et de prise de décision
- Utiliser la programmation opérationnelle
- Réaliser des développements informatiques à l'aide d'un tableur
- Développer une base de données de suivi évaluation
- Connaître les applications du système d'information géographique (SIG)



CERTIFICAT D'EXPERTISE GESTION ADMINISTRATIVE ET FINANCIERE DES PROJETS / PROGRAMMES DE DEVELOPPEMENT

Durée : 70h

Coût : 600 000 FCFA

En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Acquérir les compétences nécessaires à la mise en place des différentes composantes d'un système intégré de Gestion financière.

PUBLIC CIBLE

- Gestionnaire de projet
- Les comptables
- Le personnel administratif
- Les responsables des décaissements
- Les responsables des achats

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : Définition et concepts fondamentaux de la gestion financière d'un projet (8h)

Module 2 : Liens entre les documents de base du projet qui concernent les aspects légaux et le budget sur les Opérations financières (8h)

Module 3 : Personnalisation du système financier du projet (16)

Module 4 : Exploitation du système financier du projet (16)

Module 5 : Clôture financière du projet (16)

Module 6 : Ethique dans la gestion financière des projets (6h)



CERTIFICAT D'EXPERTISE PASSATION DE MARCHES PUBLICS

Durée : 72h
Coût : 500 000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Le certificat d'expertise en passation des marchés publics prépare des experts capables de :

- Analyser le cadre institutionnel et légal des marchés publics.
- Préparer un dossier d'appel d'offre.
- Analyser et rédiger un dossier de soumission aux Marchés publics.
- Evaluer les offres et gérer les contrats des marchés publics.
- Rédiger un rapport d'évaluation des offres.
- Contrôler et auditer l'exécution d'un marché.

PUBLIC CIBLE

- Chefs d'entreprise
- Juristes d'entreprise
- Managers des projets et programme
- Chargés de passation de marché

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : Cadre juridique international et code national des marchés publics.

Module 2 : Directives des institutions financières internationales.

Modules 3 : Passation des marchés de consultants.

Module 4 : Passation des marchés fournitures.

Module 5 : passations des marchés de travaux





CERTIFICATION PRINCE 2 FOUNDATION

Durée : 28h

Coût : 950 000 FCFA

En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

La formation PRINCE 2 fondation permet aux participants de :

- Connaître les composants les techniques et les processus de PRINCE 2 ainsi que leur interdépendance, assimiler le concept, les outils et l'application de la méthode de question de projet PRINCE 2
- Passer l'examen PRINCE 2 dans les conditions optimales de réussite

PUBLIC CIBLE

- Coordonnateur de projets / programmes
- DAF, Responsable Suivi Evaluation Projet / Programmes
- Chef de projet
- Directeur de projet
- Responsable ONG/Association / institutions Internationales
- Chargé de programme
- Spécialistes Suivi évaluation, Passation de marché
- Responsable Business Unit
- Consultant Formateur

CONTENU DE LA FORMATION

Jour 1

- Accueil et présentations
- Notions essentielles
- Principes
- Vue d'ensemble des processus
- Processus élaborer le projet
- Thème Cas d'affaire
- Thème Organisation

Jour 2

- Processus Diriger le projet
- Processus Initialiser le projet
- Thème Risque
- Thème Plan
- Thème Qualité
- Processus Contrôler une séquence
- Processus Gérer la livraison des produits
- Thème Changement
- Thème Progression

Jour 3

- Processus Gérer une limite de séquence
- Processus Clore le projet
- Adaptation à l'environnement du projet
- Examen blanc n°1 puis correction
- Examen blanc n°2 puis correction

Jour 4

L'offre de formation suivie de certification Prince 2 Foundation prend en compte :

- 04 Jours de formation en présentiels par un Consultant Certifié Prince 2
- 02 Examen Blanc pour simuler l'Examen officiel
- Kit de formation Prince 2 (Manuel Prince 2)
- Passage de l'Examen de Certification Prince 2 Foundation avec PEOPLECERT

CERTIFICATION PRINCE 2 PRACTITIONER

Durée : 21h
Coût : 800 000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Transposer les acquis théoriques du cours PRINCE2 Foundation dans des situations réalistes par l'étude de cas
- Mieux comprendre comment la méthode PRINCE2 s'applique et s'adapte au contexte de chaque projet
- Approfondir la connaissance des concepts de la méthode et de leur champ d'application
- Maîtriser l'utilisation du manuel officiel de la méthode afin d'y retrouver rapidement les informations et détails recherchés
- Optimiser leurs chances de réussite à l'examen PRINCE 2 6e Edition Practitioner

PUBLIC CIBLE

- Chef de Projet
- Directeur de Projets
- Directeur des Systèmes d'Information (DSI)



CONTENU DE LA FORMATION

Jour 1

- Rappels sur PRINCE2®
- Préparation à l'examen : Présentation des typologies de questions posées à l'examen- Conseils sur l'organisation pendant l'examen- Gestion du temps- Utilisation du manuel PRINCE2®- Procédures
- administratives - Echanges - Questions sur les problèmes posés pendant la certification, les modalités de réponse.
- Approfondissement
- Détail des processus, composants et techniques Détail des exemples élaborés de produits PRINCE2

Jour 2

- Étude de Business Case. L'affiner Organisation Plans. Conception. Définition et analyse des produits
- Gestion des risques. Analyse. Prévention. Pilotage Assurer la qualité
- Gestion du changement. Suivi Revue des processus de PRINCE2® Personnalisation de PRINCE2®

Jour 3

- Examen blanc dans les conditions réelles de la certification Practitioner
- Corrections des réponses fausses, argumentation
- Examen : Préparation à l'examen.
- Passage d'examen PRINCE2® Practitioner



CERTIFICATION PMP

Durée : 40h

Coût : 950 000 FCFA

En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

A l'issue de cette formation, le participant aura non seulement acquis l'ensemble des outils et techniques nécessaires à la conduite de projets, mais il sera aussi efficacement préparé au passage de l'examen PMP® (Project Management Professional) mondialement reconnu (plus de 850 000 certifiés PMP® dans le monde) ou encore à l'examen CAPM® (Certified Associate in Project Management).

PUBLIC CIBLE

- Professionnels de la gestion de projets
- Professionnels en reconversion
- Consultants stratégiques
- Membres d'équipe projets

CONTENU DE LA FORMATION

- Management de l'intégration
- Management du périmètre
- Management de l'échéancier
- Management des coûts
- Management de la qualité
- Management de la communication
- Management des parties prenantes
- Management des risques
- Management des approvisionnements





CERTIFICATION CAPM

Durée : 28h
Coût : 750 000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Au terme de cours CAPM, les participants auront atteint un niveau de compétence intermédiaire dans la gestion de projet. Avec une compétence générale Niveau 2 Intermediate Application, les participants ayant complété le cours seront en mesure de:

- Parcourir le Body of Knowledge de PMI et comprendre la distinction entre les champs de connaissance et les groupes de processus ;
- Reconnaître les entrées et les sorties associées à chacun des processus de PMI;
- Utiliser et créer les livrables associés au Project Integration Management en intégrant la planification pour le succès ;
- Planifier et gérer le processus de gestion des parties prenantes du projet;
- Définir et gérer efficacement le contenu (périmètre) du projet;
- Produire des estimations et établir un calendrier pour exercer correctement la gestion du temps de projet.;
- Créer une performance de budget et de mesure pour mettre en œuvre la gestion des coûts du projet;
- Réussir à identifier et à gérer les risques et les enjeux;
- Comprendre la gestion de la qualité du projet;
- Assurer une communication efficace et appropriée au sein de la gestion de projet;
- Comprendre la façon dont les organisations et les projets sont structurés;
- Comprendre la gestion de l'approvisionnement du projet;

- Faire usage des principes de la gestion des ressources humaines pour mettre en œuvre le leadership et le travail d'équipe;
- Evaluer les contextes et les environnements dans lesquels des projets peuvent être effectués;
- Comprendre la gouvernance de la gestion de projet et l'utilisation de méthodologies structurées.

PUBLIC CIBLE

- Professionnels de la gestion de projets en début de carrière
- Professionnels en reconversion
- Jeunes diplômés
- Membres d'équipe projets

CONTENU DE LA FORMATION

- Méthodologie de projet PMI
- Management de l'intégration du projet
- Management des parties prenantes au projet
- Management du contenu du projet (périmètre)
- Management des délais du projet
- Management des coûts du projet
- Management des risques du projet
- Management de la qualité du projet
- Management des communications du projet
- Management des approvisionnements du projet
- Management des ressources humaines du projet.



LES FONDEMENTS DU MANAGEMENT DE PROJET

Durée : 21h
Coût : 120 000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Initier l'auditeur aux principaux concepts du management de projet
- Procurer une bonne connaissance des étapes de la vie d'un projet
- Procurer des outils pouvant être adaptés aux situations réelles

PUBLIC CIBLE

- Coordinateurs de projets
- Responsables d'Associations ou ONG
- Chef de Projets/Programmes
- Chargés d'études

CONTENU DE LA FORMATION

- Généralités/définitions sur le management de projet
- Caractéristiques et triangles d'or d'un projet
- Les influences externes d'un projet
- Le cycle de vie d'un projet
- Etude de cas
- Planification d'un projet
- Outils de Management de projet
- Gestion de l'information dans le projet
- Initiation à Microsoft Project



MONTAGE DES PROJETS D'INVESTISSEMENTS

Durée : 8h
Coût : 60 000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Permettre aux auditeurs de monter et de piloter un projet d'investissements

PUBLIC CIBLE

- Investisseurs
- Porteurs de projets
- Entrepreneurs
- Hommes d'affaires

CONTENU DE LA FORMATION

- Projet d'investissements, types et spécificités
- Elaboration du business plan d'un projet d'investissements
- Etude de marché/Etude de faisabilité
- Financement de l'investissement et recherche de partenariats
- Modèle type de Business plan



PLANIFICATION STRATEGIQUE ET GESTION AXEE SUR LES RESULTATS (GAR)

Durée : 24h
Coût : 150 000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

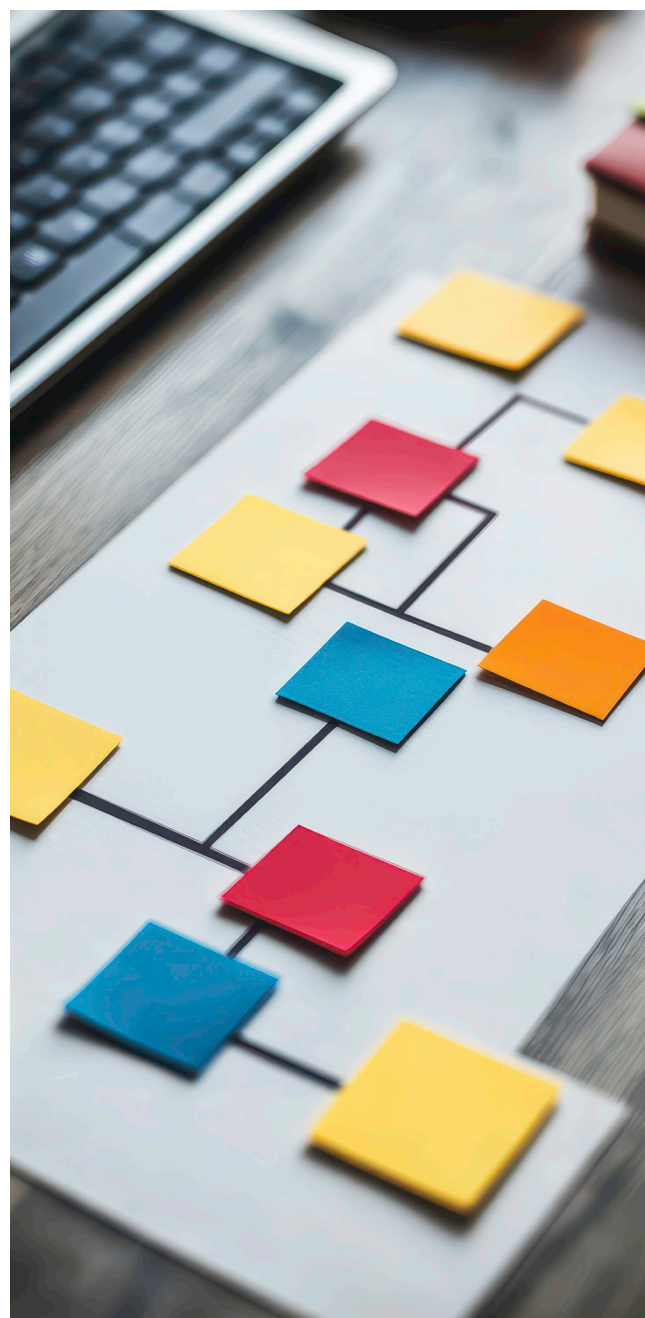
- Piloter la mise en œuvre d'un projet selon la méthode GAR
- Maîtriser la planification stratégique d'un projet

PUBLIC CIBLE

- Coordonnateur de projets
- Responsable d'Associations ou ONG
- Chef de projets/programmes
- Chargés d'études

CONTENU DE LA FORMATION

- Les bases de la planification stratégique
- Diagnostic stratégique
- Identifier les options stratégiques
- Formuler votre plan stratégique
- Mettre en œuvre votre stratégie gagnante
- Surveillance et contrôle
- Gestion axée sur les résultats (GAR), Cadre logique et Indicateurs
- Mesure de la performance
- Elaboration et suivi des indicateurs
- GAR en approche programme



PLANIFICATION ET GESTION DE PROJET AVEC MS PROJECT

Durée : 14h
Coût : 200.000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

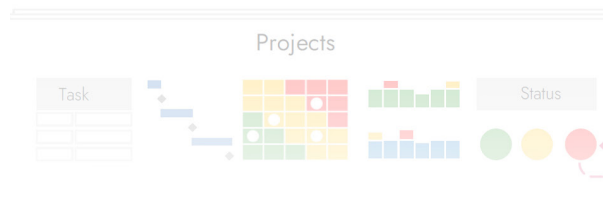
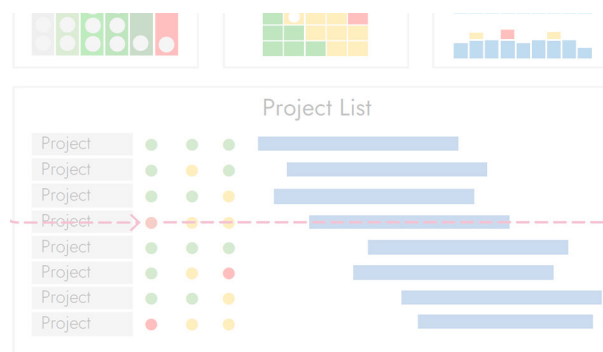
- Initier l'auditeur aux principaux Concepts du Management de projet ;
- Procurer les notions de base des étapes de la vie d'un projet ;
- Etre capable de piloter et de planifier un projet avec MS Project ;

PUBLIC CIBLE

- Coordonnateur de Projets/Responsable d'Associations ou ONG
- Chef de Projets/Programmes, Chargés d'Etudes
- Managers de Projets/Responsables de Départements
- Gérant de PME/Start -up, Porteurs de Projets

CONTENU DE LA FORMATION

- Les fondamentaux de la gestion de projets
- Introduction au MS Project 2013
- Construire et Planifier son projet
- Piloter et Optimiser son planning
- La gestion des Ressources et la gestion des Coûts
- Pilotage opérationnel des organisations
- Utiliser les rapports Synthèse sur la Gestion de projet avec MS PROJECT





SUIVI EVALUATION AXEE SUR LES RESULTATS

Durée : 14h

Coût : 200.000 FCFA

En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Comprendre les principes et les processus de la gestion axée sur les résultats.
- Être capable de concevoir, mettre en place et organiser un dispositif de suivi-évaluation
- Acquérir la démarche et maîtriser les outils de l'évaluation et de l'analyse d'impact des programmes et projets de développement

PUBLIC CIBLE

- Coordinateurs ou régisseurs de programmes et de projets
- Responsables du suivi et de l'évaluation au sein de programmes et projets de développement
- Responsables de directions des études et planification (DEP) de ministères techniques
- Cadres des ministères du Plan

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : La démarche de Gestion de programmes ou projets axée sur les Résultats (GAR) et ses outils

- Les concepts clés : le cycle de projet et le cadre logique ou cadre de résultats
- La Gestion Axée sur les Résultats (GAR) : une approche polyvalente pour préparer, exécuter, suivre un projet et évaluer ses résultats.
- Les indicateurs de mesure des résultats et de la performance d'un programme ou projet
- La programmation opérationnelle et les plannings

Module 2 : Le pilotage par un système de suivi-évaluation (Monitoring)

- La définition de l'état initial et la mise en place du système de suivi-évaluation
- Les relations et différences entre suivi opérationnel et suivi-évaluation.
- Les méthodes et outils de collecte et de traitement des données de suivi.
- La conception du tableau de bord ; l'analyse des écarts et les mesures des actions correctives
- L'adaptation et la révision des indicateurs et des objectifs au cours du programme/projet
- La présentation et la diffusion des résultats du suivi-évaluation.

Module 3 : La pratique de l'évaluation de programmes et projets et ses résultats

- **Ce** qui peut être évalué ; les questions clés de l'évaluation : pertinence, efficacité, efficacité, impact, durabilité.
- Les différents types d'évaluation et les attentes des différents acteurs.
- La rédaction d'un cahier des charges d'une évaluation, la réponse et la conduite d'une évaluation.
- La rédaction des rapports d'évaluation et la diffusion des résultats et recommandations.
- L'analyse d'impact dans le processus d'élaboration des politiques publiques



CONCEPTION, MISE EN OEUVRE ET ÉVALUATION DES POLITIQUES PUBLIQUES

Durée : 35h
Coût : 650 000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Comprendre l'importance, la nature et les limites des politiques publiques.
- Identifier les acteurs, les processus et les méthodes menant à l'élaboration des bonnes politiques publiques.
- Être capable de concevoir et mettre en œuvre une politique publique ainsi qu'un dispositif efficace de suivi-évaluation
- Assurer le pilotage d'une évaluation de politique publique, utiliser et valoriser les résultats de cette évaluation.

CIBLE DE LA FORMATION

- Secrétaires généraux
- Directeurs de cabinets
- Conseillers de ministres
- Directeurs généraux
- Coordinateurs de projets
- Responsables du suivi-évaluation

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : la conception des politiques publiques

- Distinction entre stratégie,
- politique, programmes, projets et mesures.
- L'état des lieux : diagnostic, analyses prospectives, analyses ex-ante.
- Politiques macroéconomiques, sectorielles, territoriales.

- La déclinaison des politiques en programmes et projets.
- L'adéquation entre les missions d'un ministère et les objectifs sectoriels dans le cadre de la GAR.

Module 2 : la mise en œuvre d'une politique publique

- La gestion des réformes et expériences réussies dans les pays en développement.
- L'évaluation des différents scénarii.
- La mise en œuvre et le suivi-évaluation.

Module 3 : l'évaluation des politiques publiques

- La place de l'évaluation par rapport au suivi, à l'audit et au contrôle.
- L'évaluation en cours, finale et ex-post.
- Le vocabulaire de l'évaluation : pertinence, efficacité, efficience, impact, gouvernance, pérennité.
- La place de l'évaluation des politiques des différents bailleurs et partenaires du développement.
- Les critères de performance des politiques publiques et les méthodologies d'évaluation :
- analyse coût-bénéfice et analyse multicritère, évaluation qualitative et quantitative,
- Évaluation des résultats et analyses d'impacts, méthodes expérimentales et quasi-expérimentales.
- Le pilotage de l'évaluation d'une politique publique.
- La capitalisation des résultats pour initier les réformes.



**INTELLIGENCE
ECONOMIQUE**

CERTIFICAT DE COMPETENCE GESTIONNAIRE DE BASES DE DONNEES

Durée : 70h
Coût : 400 000 FCFA
En présentiel
3 Sessions/An
Niveau requis : BAC+2

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Acquérir les connaissances indispensables aux bases de données.
- Acquérir des compétences plus approfondies dans le domaine de l'administration de bases de données.

PUBLIC CIBLE

La formation est destinée aux salariés de niveau BAC+2 au moins pouvant justifier d'une expérience de 3 à 4 ans dans un des domaines de l'informatique.

CONTENU DE LA FORMATION

- Module 1 : Conception et administration de bases de données (10h)
- Module 2 : Système de gestion de bases de données (10h)
- Module 3 : Ingénierie et Optimisation de bases de données (10h)
- Module 4 : Linux : principes et Programmation (10h)
- Module 5 : Intégration des systèmes client-serveur (10h)
- Module 6 : Développement d'application avec les bases de données (10h)
- Module 7 : Pratiques et Outils de la DBA (10h)



CERTIFICAT DE COMPETENCE DATA ANALYST

Durée : 70h
Coût : 500 000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Savoir analyser des bases de données statistiques par des méthodes élaborées
- Mettre en œuvre des techniques de prévision à court terme

PUBLIC CIBLE

- Chargé d'étude
- Ingénieur
- Chercheur
- Technicien
- Chargé de suivi évaluation
- Data analyst

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : analyse des données méthodes descriptives (16h)

- Traitements préalables à une analyse factorielle
- Outils mathématiques
- Analyses des correspondances
- Analyses factorielles
- Méthode de classification automatique

Module 2 : modèle linéaire (16h)

- Régression linéaire simple
- Régression linéaire multiple
- Analyse de la variance
- Analyse de la covariance

Module 3 : Modélisation et prévision des séries chronologiques (16h)

- Introduction
- Modèle de régression
- Lissages exponentiels
- Étude de la tendance et de la saisonnalité
- Modélisation des services stationnaires
- Prédiction linéaire

Module 4 : enquêtes et sondages (12h)

- Différentes phases
- Sources d'erreurs et- biais
- Méthodes de sondages et estimateurs associés
- Algorithme de tirage
- Redressements d'échantillons
- Les panels
- Collecte de données

Module 5 : outils informatiques de la statistique (12 h)

- Langage R
- Langage SAS

CERTIFICAT D'EXPERTISE EN INTELLIGENCE ECONOMIQUE ET VEILLE STRATEGIQUE

Durée : 70h
Coût : 500 000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Maîtriser les différents types de veille
- Concevoir et déployer un dispositif de veille stratégique
- Identifier les enjeux de l'intelligence économique pour son Organisation

PUBLIC CIBLE

- Professionnels du renseignement
- Responsable marketing
- Chargé de veille stratégique et marketing
- Chargé de suivi évaluation
- Gestionnaire de Base de données

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : les fondements du management stratégique (6h)

- Histoire de la stratégie
- Les concepts de base du management stratégique
- Le diagnostic stratégique
- Les choix stratégiques

Module 2 : Les enjeux de la veille stratégique pour une Organisation (6h)

- Les principaux concepts de la veille et de l'intelligence économique
- Rôle des professionnels de l'information dans un processus de veille et d'intelligence économique ;
- Organisation et facteurs clefs de succès à travers des cas concrets

CONTENU DE LA FORMATION

Module 3 : Déploiement d'un projet de veille (12h)

- Démarche
- Acteurs
- Cas pratique
- Création et développement de site web
- Valorisations des données du Web Profond
- 01 mois de stage pratique en Intelligence économique

Module 4 : La collecte, le traitement et la diffusion de l'information utile (12h)

- Organisation et méthodes pour le recueil des informations pertinentes ;
- Surveiller les signaux faibles ;
- Identifier les principaux acteurs de la veille : mettre en place un dispositif de veille humain ;
- Faciliter l'échange et le partage d'informations en dynamisant un réseau interne d'experts ;
- Prendre en compte les réseaux et les stratégies d'influence.

Module 5 : Outils de veille digitale (8h)

- Logiciels et plateformes de veille
- Agrégateurs de flux RSS
- Réseaux sociaux

Module 6 : Big Data analytics (26h)

- Big data et datavisualisation
- Big data et réseaux sociaux
- Création et développement de site web
- Valorisations des données du Web Profond

01 mois de stage pratique en Intelligence économique



**GOUVERNANCE
MINIÈRE**

RSE DANS LE SECTEUR MINIER

Durée : 40h
Coût : 900 000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Au terme de cette formation, les auditeurs seront capables de :

- Maîtriser les concepts de base de la RSE ;
- Maîtriser les textes et les référentiels de la RSE ;
- Comprendre les enjeux de la RSE dans le secteur minier ;
- Être Capable de mettre en œuvre une démarche RSE.

PUBLIC CIBLE

- Responsables relations communautaires
- Responsables RSE
- Gérants EMAPES
- Employés des mines
- Jeunes diplômés

CONTENU DE LA FORMATION

La formation sera articulée autour des modules suivants :

Module 1 : Introduction à la RSE (4h)

- Historique de la Responsabilité Sociétale des entreprises
- Définitions
- Phases de la RSE
- Principes directeurs
- Objectifs du développement durable

Module 2 : Normalisation, Responsabilité Sociétale dans les industries extractives : acteurs, enjeux, contraintes et perspectives (8h)

- Qu'est-ce qu'une norme ?
- Le rôle des normes
- Comment les normes ISO sont-elles élaborées ?
- Un cadre de référence incontournable en développement durable : la norme ISO 26000
- L'exemple du Québec : l'Approche BNQ 21000
- Les principaux référentiels
- ISO 26 000 : Niveau de déploiement
- Développement du secteur minier durable : expérience de l'Initiative RSE Sénégal

Module 3 : Défis de l'exploitation minière artisanale à petite échelle en Côte d'Ivoire : l'orpaillage, une solution responsable ? (4h)

- Cadre juridique des EMAPES
- Etat des lieux des EMAPES en CI
- Développement durable et environnement
- Gouvernance minière
- Partage d'expériences sur la promotion des bonnes pratiques RSE dans les EMAPES

Module 5 : La mise en œuvre d'une démarche RSE (8h)

- Les clés de réussite d'une démarche RSE
- Mise en œuvre d'une démarche RSE
- Qui est partie prenante d'une entreprise minière ?
- Pourquoi dialoguer avec les parties prenantes ?
- Anticiper des risques et valoriser des opportunités
- Comment identifier les parties prenantes ?
- Comprendre les influences liées aux parties prenantes sur l'entreprise minière
- Comment élaborer un indicateur de suivi ?
- Modèle de démarche RSE

LEGISLATION MINIERE SPECIALE

Durée : 52h

Coût : 650.000 FCFA

En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Au terme de la formation, les auditeurs devront être outillés sur :

- La gestion des risques juridiques spécifiques au secteur minier ;
- Les principes juridiques applicables aux gisements transfrontaliers et aux investissements étrangers ;
- Les aspects juridiques des EIES.
- La gestion des risques juridiques spécifiques au secteur minier ;

- Les principes juridiques applicables aux gisements transfrontaliers et aux investissements étrangers ;
- Les aspects juridiques des EIES.

PUBLIC CIBLE

- Gérants EMAPES
- Professionnels du secteur minier
- Responsables Affaires Juridiques

CONTENU DE LA FORMATION

SÉANCE	CONTENU	JOUR
Séance 1	• Module 1 : Introduction au droit des ressources naturelles • Module 2 : Les contrats miniers	J 1
Séance 2	• Suite Module 2 : Les contrats miniers • Module 3 : La fiscalité minières dans tous ses aspects	J 2
Séance 3	• Suite module 3 : La fiscalité minière suite • Module 4 : Droit international minier	J 3
Séance 4	• Module 5 : Litiges miniers et mode de résolution privilégiés: l'arbitrage et la médiation	J 4
Séance 5	• Module 6 : Aspects juridiques des EIES et les droits humains dans les projets miniers	J 5

DEPLACEMENT ET REINSTALLATION DES POPULATIONS AFFECTEES PAR LES PROJETS MINIERES

Durée : 40h
Coût : 1.350.000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Au terme de la formation, les auditeurs devront être outillés sur :

- Le cadre légal et institutionnel des PAR en côte d'Ivoire ;
- L'élaboration des TDRs d'un projet de déplacement et réinstallation ;
- Les responsabilités organisationnelles de la mise en œuvre du PAR ;
- La mise en place d'un plan de mobilisation des parties prenantes ;
- Le processus d'indemnisation ;

- La conception des plans de restaurations des moyens de subsistance ;
- Les mesures d'accompagnement du PAR ;
- Les outils d'évaluation d'une réinstallation

PUBLIC CIBLE

- Personnels des sociétés minières industrielles
- ONG et Organisations de la Société Civile (OSC)
- Fonctionnaires et Jeunes diplômés

CONTENU DE LA FORMATION

SÉANCE	CONTENU	JOUR
Séance 1	• Introduction à la réinstallation • Rappel du processus des EIES au PAR • Introduction au concept de la réinstallation Cadre réglementaire et institutionnel • Normes des bailleurs de fonds	J 1
Séance 2	• Documents techniques pour gérer la réinstallation • Élaboration des PAR • Responsabilités organisationnelles de la mise en œuvre du PAR • De l'évaluation à l'indemnisation des PAP	J 2
Séance 3	• Mesures de restauration des moyens de subsistance (Élaborer et mettre en œuvre les PRMS) • Mobilisation des parties prenantes et gestion des griefs	J 3
Séance 4	• Mise en œuvre du PAR	J 4
Séance 5	• Suivi de la réinstallation • Évaluation finale des auditeurs	J 5

MANAGEMENT DES ENTREPRISES MINIÈRES À PETITE ÉCHELLE (EMAPE)

Durée : 40h

Coût : 650 000 FCFA

En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Au terme de la formation, les auditeurs devront être outillés sur :

- Le cadre légal et institutionnel des EMAPEs ;
- Les principes du management responsable d'une entreprise ;
- L'intérêt de la modélisation et le partage de la rente minière ;
- L'intérêt de la prise en compte des réalités communautaires dans la mise en œuvre des projets

- La gestion de l'environnement dans les projets EMAPE
- La mise en place de dispositif de lutte contre le blanchiment de capitaux ;
- Les exigences HSE des projets ;
- La mise en place de plan de veille en intelligence minière

PUBLIC CIBLE

- Professionnels des EMAPEs

CONTENU DE LA FORMATION

SÉANCE	CONTENU	JOUR
Séance 1	• Introduction au secteur minier ivoirien • Cadre juridique et légal des EMAPE en Côte d'Ivoire • La pratique de l'EMAPE en Côte d'Ivoire	J 1
Séance 2	• Les principes du management responsable et les projets EMAPE • La mise en place d'une politique de veille économique minière	J 2
Séance 3	• Étude de faisabilité des projets EMAPE • Modéliser la rente minière pour rechercher et mobiliser les ressources	J 3
Séance 4	• Gestion de l'environnement et post-exploitation • Les exigences Hygiène Sécurité et Santé au travail	J 4
Séance 5	• Développement communautaire minier et politique RSE • Dispositif de lutte contre le blanchiment de capitaux	J 5

GOVERNANCE MINIERE

Durée : 80h
Coût : 1.350.000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Fournir les concepts de base sur la gouvernance minière
- Renforcer le suivi des CDLM
- Élaborer les plans de développement communautaires

PUBLIC CIBLE

- Représentants des structures étatiques
- Professionnels des mines
- Organisations de la Société Civile et Médias
- Etudiants en mine et géologie, et Auditeur Libre
- Communautés minières (CDLM, Leaders communautaires, etc.)

CONTENU DE LA FORMATION

CONTENU GM01 / 5JRS	CONTENU GM01 (SUITE) / 5JRS
Introduction à la gouvernance minière Le secteur minier en Côte d'Ivoire • Le Cycle minier • Géologie et projets miniers Le Niveau macro • Législation minière et la convention minière • Rôle du Ministère des Mines, du pétrole et de l'Energie • Initiatives de transparence et bonne gouvernance • Fiscalité et distribution des revenus • Comment lire une convention minière • Contenu local • Environnement : EIES, • Initiative, lois et standards internationaux (OCDE, Nouvelle régulation d'UK et PK etc.) • Changement climatique et transition énergétique • Réhabilitations des sites miniers • Le secteur minier artisanal	Le niveau micro • Santé et Sécurité • Droits humains et Groupes vulnérables Sortie de terrain (une zone minière) Travaux de groupes • Sortie de terrain • Documentation des résultats et préparation de la présentation (travail en groupes) • Restitution et discussion

CONTENU LOCAL DU SECTEUR MINIER

Durée : 40h
Coût : 650 000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Au terme de la formation, les auditeurs devront être outillés sur :

- Les concepts de base du contenu local
- Le cadre juridique du contenu local
- L'élaboration d'un plan de contenu local
- La conception d'un système de suivi évaluation du plan de contenu local

PUBLIC CIBLE

- Administration minière
- Groupements et Syndicat professionnels du secteur minier
- Sociétés minières
- Organisation de la société civile (OSC)

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : Concepts de base sur le Contenu local

- Définitions
- Distinction entre la RSE et le contenu local
- Biens et services demandés par l'industrie minière
- Contraintes majeures et exigences sur le contenu local

Module 2 : Analyse Comparative sur le contenu local en Afrique

- Cadre juridique du contenu local en Côte d'Ivoire
- Cadre juridique du Contenu local en Afrique de l'Ouest : Guinée, Sénégal et Burkina Faso
- Cadre juridique du Contenu local au Botswana

Module 3 : Evaluation de la mise en œuvre du Contenu Local en Afrique

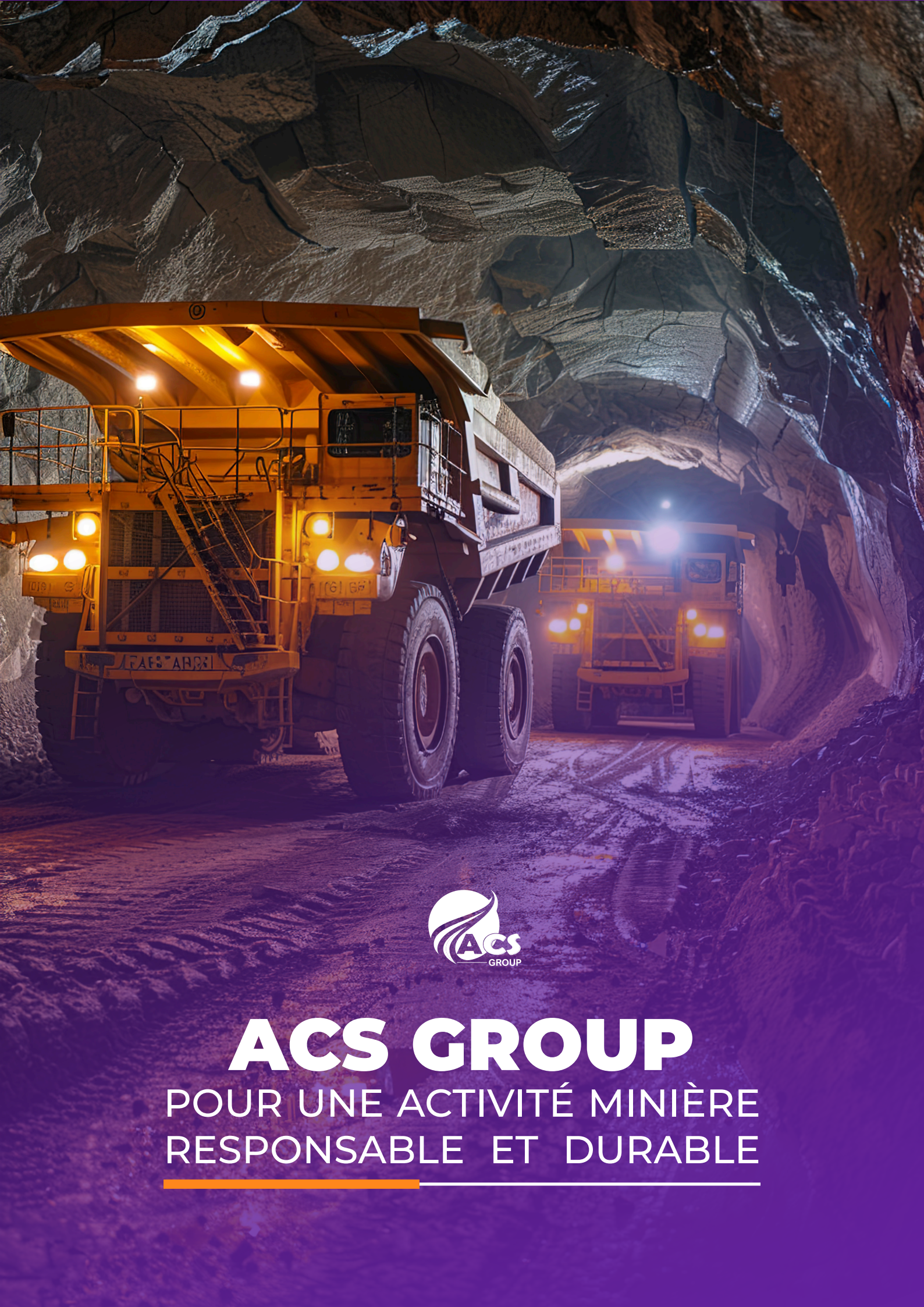
- Côte d'Ivoire
- Afrique de l'Ouest : Guinée, Sénégal et Burkina Faso
- Botswana

Module 4 : Conception et mise en œuvre d'un plan de contenu local pour une Société Minière

- Evaluation des besoins et services
- Elaboration du plan de contenu local
- Etude de cas

Module 5 : Système de suivi évaluation d'un plan de contenu local

- Concepts de base du Suivi Evaluation
- Définition des indicateurs
- Mécanismes de collecte des données d'exécution
- Elaboration d'un rapport de contenu local



ACS GROUP
POUR UNE ACTIVITÉ MINIÈRE
RESPONSABLE ET DURABLE



**FINANCE &
MANAGEMENT
GENERAL**

MANAGER SON EQUIPE

Durée : 16h
Coût : 200.000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Comprendre la mission du manager
- Maîtriser les techniques d'animation des collaborateurs
- Adapter les principes fondamentaux d'un management efficace
- S'initier au management par objectifs

PUBLIC CIBLE

- Cadres
- Managers
- Responsables
- Chefs de projets
- Superviseur de groupes.

CONTENU DE LA FORMATION

- Rôles et Mission d'un Responsable
- La prise de parole
- L'écoute
- La persuasion
- L'attitude face à la décision
- L'affirmation de soi
- La Communication verbale et non verbale
- Les Relations interpersonnelles
- Les Outils de motivation
- Entretenir les relations positives et gagnantes au sein de son équipe
- Conduite d'entretien en face à face.



ORGANISATION ET ANIMATION DE REUNIONS

Durée : 8h

Coût : 100 000 FCFA

En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Savoir organiser une réunion et en définir son objectif
- Développer les qualités d'animateur de réunion
- Créer la dynamique dans un groupe
- Perfectionner son mode d'intervention dans une réunion, une assemblée, un groupe de travail
- Gérer les crises qui se présentent au cours d'une réunion

PUBLIC CIBLE

- Cadres managers
- Responsables d'équipe
- Chefs de services
- Chefs de projet.

CONTENU DE LA FORMATION

Organiser le dialogue

- Informer et recueillir les informations o Mieux écouter et se faire comprendre
- Prendre la parole pour argumenter et convaincre
- Maitriser les interactions à l'intérieur d'un groupe.
- Rechercher l'efficacité dans la conduite de réunion

Organiser le dialogue

- Informer et recueillir les informations o Mieux écouter et se faire comprendre
- Prendre la parole pour argumenter et convaincre
- Maitriser les interactions à l'intérieur d'un groupe.
- Rechercher l'efficacité dans la conduite de réunion



MAITRISER LE MANAGEMENT OPERATIONNEL

Durée : 16h
Coût : 200 000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Améliorer sa communication
- Déterminer son style managérial, savoir motiver son équipe
- Organiser son travail
- Dominer des réunions
- Optimiser la gestion de son centre de profil

PUBLIC CIBLE

- toute personne devant occuper ou occupant des fonctions managériales.

CONTENU DE LA FORMATION

- Développer son leadership et impulser son équipe
- Appréhender les missions et outils du manager
- Tester son assertivité
- Etre un coach managérial
- Savoir communiquer (test)
- Donner des consignes pertinentes et rigoureuses
- Savoir reconnaître le mode de fonctionnement de chaque membre de son équipe
- Connaître son style de management.
- Mobiliser son équipe sur des objectifs
- Organiser le travail
- Recruter ses collaborateurs
- Pyramide de Maslow dans sa dimension professionnelle
- Analyse des comportements
- Mettre en adéquation : compétences individuelles, tâches à accomplir, quantifiées/préférences / formation.
- Méthode SMART
- Valoriser vos équipes.



MANAGEMENT STRATEGIQUE

Durée : 24h

Coût : 300.000 FCFA

En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Développer sa communication
- Déterminer son style managérial
- Savoir motiver son équipe

PUBLIC CIBLE

- Chefs de projets
- Chefs unit
- Responsable de Business Unit

CONTENU DE LA FORMATION

programme Management

- Les Composantes du management
- Les Fonctions du manager
- Les Rôles du manager
- Les Qualités du manager

Management stratégique

- La structure du management stratégique
- Les 03 niveaux de management stratégique

Processus du management stratégique

- Les niveaux de décision
- La formation des objectifs
- Sélection des objectifs
- Les contraintes et démarche stratégiques
- Diagnostic interne et externe



COMMUNICATION ET EXPRESSION ORALE EN MILIEU PROFESSIONNEL

Durée : 8h

Coût : 100.000 FCFA

En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Permettre aux auditeurs d'adapter leurs discours (forme d'argumentaire) à l'auditoire

PUBLIC CIBLE

- Agents commerciaux
- Apporteurs d'affaires
- Chargé de relations publiques...

CONTENU DE LA FORMATION

- Contenu sur-mesure élaboré avec les commanditaires
- La formation comprendra une partie théorique mais sera essentiellement axé vers des exercices pratiques de simulation en milieu professionnel
- Exercice de communication : jeux de rôles-autocritique constante.



PREVENIR ET GERER LES CONFLITS INTERNES

Durée : 40h

Coût : 200.000 FCFA

En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Anticiper, prévenir les conflits professionnels
- Repérer les signes avant-coureurs des crises internes
- Gérer les litiges de façons programmatiques
- Répondre avec efficacité aux demandes conflictuelles.

PUBLIC CIBLE

- Cadres, Managers
- Responsable de services

CONTENU DE LA FORMATION

- Pratique d'expérience
 - Expériences vécues
 - Echanges entre les participants et l'animateur
 - Décryptage
- Comprendre la genèse des conflits pour les anticiper et les prévenir
- Renforcer une bonne communication
 - Autodiagnostic de personnalité
 - Repérer ses propres attitudes génératrices de conflits o Construire avec l'autre
- Affronter un conflit
- Faire face aux agressions Le contrôle émotionnel
- Transformer l'agression en critique utile et constructive
- Adapter son mode de traitement aux conflits
- Intervenir en tant que manager pour désamorcer l'agressivité d'un client Connaitre sa boîte à outils et ses plans d'actions.



GESTION DES PROJETS EN PARTENARIAT PUBLIC-PRIVÉ

Durée : 40h
Coût : 850.000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Comprendre les principes des Partenariats Publics Privé (PPP)
- Maîtriser la conception et la mise en œuvre des Partenariats Publics Privés
- Analyser les défis du suivi d'exécution
- Appliquer les connaissances des PPP

PUBLIC CIBLE

- Gestionnaires de projets
- Gestionnaires de portefeuilles
- Responsable Administratif et Financier
- Professionnels de l'intermédiation

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : Introduction aux PPP

- Principes et Enjeux
- Principes de Base
- Défis Actuels

Module 2 : Conception des projets PPP

- Les étapes clé
- Les outils nécessaires
- Etudes de Cas Pratique

Module 3 : Mise en œuvre et Suivi

- Gestion des contrats
- Suivi des projets
- Etude de cas

Module 4 : Application Pratique

- Analyse des Cas réels
- Exercice pratique
- Feedback et amélioration



GESTION ADMINISTRATIVE ET FINANCIÈRE DES COLLECTIVITÉS

Durée : 20h

Coût : 650 000 FCFA

En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Maîtriser les fondamentaux du management public
- Comprendre le cadre juridique des collectivités
- Elaborer et gérer un budget de manière optimal
- Développer des compétences en gestion de projets
- Améliorer la qualité des services publics
- Favoriser une meilleure collaboration
- Renforcer la transparence et la reddition de comptes

PUBLIC CIBLE

- Agents territoriaux
- Élus locaux
- Responsables de services
- Jeunes diplômés

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : Management des organisations

- Les fondamentaux du management public, incluant les institutions publiques, les principes de gestion, le leadership et la communication.
- Analyse des politiques, élaboration de stratégies, mise en œuvre et évaluation des politiques publiques.
- Administration numérique :
- Gestion des transformations organisationnelles :

- Mobilisation des équipes, gestion du changement, innovation et amélioration des processus.

Module 2 : Cadre juridique et institutionnel des districts

- Lois et décrets
- Attribution
- Organisation et fonctionnement

Module 3 : Analyse financière des collectivités

- Cerner les enjeux et le contexte de l'analyse financière
- Analyse financière rétrospective
- Approche financière : mesurer le risque d'insolvabilité et de déséquilibre de la collectivité
- Analyse financière prospective



ELABORATION DE BUDGET PROGRAMME

Durée : 20h
Coût : 650 000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Comprendre les principes de la GAR ;
- Maîtriser la méthodologie de conception et mise en œuvre d'un projet avec l'approche GAR ;
- Renforcer les pratiques de préparation, planification, programmation et exécution budgétaires (chaîne PPBS) ;
- Maîtriser les principes d'élaboration des cadres des dépenses sectoriels à moyen terme ;
- Acquérir la démarche et maîtriser les outils d'élaboration des budgets-programmes.

PUBLIC CIBLE

- Contrôleurs Budgétaire
- Directeurs Financiers
- Agents Comptables
- Ordonnateurs de projets

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : Le cadre conceptuel du budget-programme

- Les fondements et la finalité du budget-programme.
- Le budget-programme et la loi de finances
- La démarche de construction d'un budget-programme et d'un programme
- La fixation des objectifs et des indicateurs
- Les techniques d'évaluation de coût d'un programme

Module 2 : L'exécution et le suivi budgétaire axés sur les résultats

- Les modalités de mise en œuvre de l'exécution budgétaire et de la gestion orientée vers les résultats : les principes et les procédures comptables et administratives.

- L'exécution financière des programmes : les règles de gestion et de consommation des crédits.
- L'exécution technique des programmes : la mise en œuvre et le suivi des programmes.

Module 3 : La budgétisation du programme

- Les règles générales de budgétisation en autorisation d'engagement (AE) et en crédit de paiement (CP)
- La budgétisation des investissements et autres catégories de dépenses en AE et CP
- La budgétisation des marchés publics en AE et CP
- La prise en compte du cadre des dépenses à moyen terme (CDMT) dans la budgétisation des programmes.
- Le traitement des dotations dans le budget-programme.
- L'adoption du budget-programme
- La consolidation des programmes et la production d'un projet annuel de performance.
- Le rôle et la responsabilité des acteurs.
- La réforme du calendrier budgétaire.
- La réforme du cadre institutionnel
- Les outils de contrôle, d'évaluation et d'audit des programmes.

PERFECTIONNEMENT ASSISTANAT DE DIRECTION

Durée : 20h

Coût : 650 000 FCFA

En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Revaloriser la fonction de l'exécution à la coordination stratégique
- S'approprier les compétences stratégiques du/de la secrétaire moderne
- Renforcer sa posture professionnelle

PUBLIC CIBLE

- Secrétaires et Assistantes de direction
- Attachés administratifs

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : Introduction aux outils d'IA pour les fonctions administratives

- Secrétaire & Attaché(e) de Direction – Un rôle stratégique au cœur de l'organisation
- IA : concepts clés et cas d'usage dans le secrétariat
- Vocabulaire lié à l'IA
- Formuler un prompt efficace
- Atelier pratique [Rédaction assistée par IA (courrier, rapport, discours) - Résumé de documents longs - Gestion de prise de notes intelligentes - Traduction]

Module 2 : Organisation et conduite d'une réunion en ligne efficace*

- Dispositions à prendre avant la réunion (Communication en amont : envoyer une invitation professionnelle avec agenda + lien + document préparatoires)

- Choix de la plateforme (Zoom, Teams, Google Meet) – avantages comparés
- Configuration technique : créer la réunion, sécuriser l'accès, activer les options utiles (enregistrement, tableau blanc, partage d'écran...)
- Suivi post-réunion (Rédaction du compte rendu assistée par IA)

Module 3 : Image professionnelle, e-réputation et identité numérique

- Notion d'identité professionnelle en ligne (LinkedIn)
- Soigner son image dans les écrits professionnels (signature, photo)
- Comportement sur les réseaux sociaux
- Auto formation : MOOC, levier d'amélioration continue

Module 4 : PowerPoint avancé – Créer des présentations professionnelles percutantes

- Définir l'objectif de la présentation (informative, persuasive, décisionnelle)
- Choisir une structure logique (introduction – développement – conclusion)
- Règles de lisibilité : une idée par slide, titres parlants, visuels au lieu de texte
- Gérer les transitions/animations
- Insérer des médias
- Atelier pratique

Module 5 : Communication avancée - charte graphique et image professionnelle

- Charte graphique et éléments constitutifs clés
- Rôle des secrétaires/attachés dans l'application quotidienne de logiciels
- Risques en cas de non-respect (confusion, perte d'image, documents non officiels)

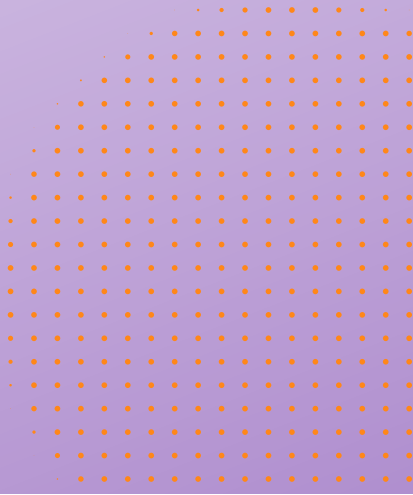


“

Se réunir est un début,
rester ensemble est un progrès,
travailler ensemble est la réussite

Henri Ford

”





**COMMERCE
MARKETING
VENTES**



BATIR UN PLAN D'ACTIONS COMMERCIALES

Durée : 6h
Coût : 200.000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Elaborer une stratégie commerciale
- Faire un choix optimal de vos actions commerciales
- Réussir la budgétisation, la mise en œuvre et le suivi des actions commerciales

PUBLIC CIBLE

- Responsables Commerciaux
- Apporteurs d'affaires/Commerciaux freelance
- Entrepreneurs/ Responsables de PME/ Business Unit

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : Définition d'un Plan d'actions commerciales

Module 2 : Différentes Parties d'un Plan d'Actions Commerciales

- la vision de l'entreprise
- la fixation des objectifs commerciaux et marketing
- la sélection des actions commerciales

Module 3 : Construction d'un Plan d'Actions commerciales

Module 4 : Actualisation d'un Plan d'actions commerciales





RÉUSSIR VOTRE ENTRETIEN DE VENTE EN 6 ÉTAPES

Durée : 8h

Coût : 100.000 FCFA

En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Améliorer le taux de Closing des commerciaux
- Réussir les 06 étapes de la conduite d'un entretien de vente

PUBLIC CIBLE

- Responsables Commerciaux
- Apporteurs d'affaires/Commerciaux freelance
- Entrepreneurs/ Responsables de PME/ Business Unit

CONTENU DE LA FORMATION

La phase de préparation de votre visite

La Phase de contact

- Le premier produit à vendre c'est vous
- L'art de se présenter

La phase de découverte

- Poser les bonnes questions
- La méthode SONCAS pour déceler les besoins du client
- La méthode de découverte AHOS

La phase de présentation des Produits/Services

La phase de traitement des objections

- Différentes natures d'objections
- Origines des objections
- Les méthodes de traitement des objections

La phase de closing



PROFESSION ASSISTANT MARKETING

Durée : 24h
Coût : 300.000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Comprendre les concepts de base du marketing
- Maîtriser les techniques fondamentales
- Secondier un Responsable ou un Directeur Marketing
- Contribuer à la mise en œuvre des actions de marketing opérationnel

PUBLIC CIBLE

- Assistant(e)s
- Secrétaires de service Marketing
- Commerciaux

CONTENU DE LA FORMATION

Les fondamentaux du Marketing

- Techniques d'analyse et d'étude du marché
- Comprendre le comportement des clients
- Développer un avantage concurrentiel
- Ciblage et segmentation
- Définir son plan stratégique = les 4 P (Prix, Produit, Promotion, Place)
- Les fondamentaux du Marketing Direct = BDD (Base de données), fichiers et médias
- Comprendre et faire le lien avec la stratégie marketing. Le rôle spécifique de l'assistant (e)

- Assister et assurer le lien avec des forces de ventes
- Définir le périmètre 'intervention
- Comprendre les autres fonctions et métiers du service marketing (chef de produit, chef de marché, chef de projet, merchandiser...)

Les missions de l'assistant (e) marketing

- Participer aux études de marché = collecte, traitement, présentation...
- Aide à la rédaction de documents et supports commerciaux et de communication plaquettes fichiers produits...
- Recherche et approche des fournisseurs : comparaisons des propositions, suivi de la relation, suivi de la fabrication, suivi budgétaire.
- Contribuer au marketing opérationnel = lancement d'actions (phoning ; mailing ...) suivi reporting relances commerciales
- Support à la force de vente = suivi, clients, argumentaires, ciblage et extraction de BDD, gestion des contacts
- Contribuer à la stratégie de Web Marketing mise à jour de fiches tests, redirections des e-mails recherchés
- Contribuer à la vie du service = diffusion de notes et messages tenue d'Agenda, préparation de réunion, organisation d'évènement.



FORMATION « INGENIEUR COMMERCIAL GRANDS COMPTES »

Durée : 40h
Coût : 500 000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Maîtriser la vente aux grands comptes
- Se préparer à la négociation avec les grands comptes

PUBLIC CIBLE

- Ingénieurs d'Affaires
- (Futures) Responsables comptes clés Négociateurs
- Technico-commerciaux, Grands Comptes



CONTENU DE LA FORMATION

Définition

- Seuil, vente/négociation Grands Comptes
- Nouvelle donne économique

Préparation

- Rechercher les informations
- Analyser l'organigramme
- Etablir une stratégie d'approche
- Préparer les questions indispensables
- Approfondir les problématiques de tous protagonistes
- Bâtir les sociogrammes
- Analyser les points forts et les points faibles de son offre et de la concurrence.

Négociation

- Hiérarchiser les objectifs Tester les solutions de repli
- S'affirmer au cours d'une négociation
- Communiquer en négociation
- Connaître les pièges des acheteurs
- Etalonner les 6 contraintes
- Défendre les marges



REUSSIR SON ENTRETIEN DE VENTE

Durée : 24h
Coût : 300 000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Acquérir ou renforcer sa culture commerciale sur un point de vente
- Optimiser l'accueil client, maîtriser la prise de contact, créer un climat convivial
- Appréhender les techniques d'argumentation, présenter son produit, gérer positivement les objections
- Engager son client dans une prise de décision

PUBLIC CIBLE

- Responsables de magasins, d'agence ou point de vente (PDV)
- Vendeurs en magasin,
- Gestionnaires de commerce

CONTENU DE LA FORMATION

L'accueil et la prise de contact

- L'accueil en 5 points : Sourire, saluer, observer, patienter, entreprendre.
- La règle des premiers : La première secondes, premiers pas, premiers gestes, premiers mots.

Rechercher les besoins et les motivations

- Abraham Maslow au service de la vente en magasin
- La pyramide des besoins pour mieux comprendre et satisfaire son client. Les motivations d'achat (méthodes "SONCAS")

- l'addition ; la comparaison ; la différence ; l'isolement.
- Les 3 étapes des besoins (achat, exprimé, satisfait). Le recueil des éléments indispensables
- Les questions les plus courantes et les résultats attendus. L'empathie
- L'écoute passive, l'écoute active

Présenter son produit

- Les grands principes de l'argument : Caractéristique ; avantages ; bénéfices client preuves.
- Les grands principes de l'argumentaire : Sélectionner ; construire, énoncer Les questions de contrôle
- La face du compliment

Répondre aux objections

- Les techniques fondamentales de la réputation des objections appliquées à la vente en magasin.
- L'anticipation ; l'atténuation ; le contre-pied ; l'argument récursif ; la division
- ; l'addition ; la comparaison ; la différence ; l'isolement.

Conclure sa vente

- Discerner les signaux d'achat et les freins à la vente De l'échec au succès
- Les ventes complémentaires La fidélisation
- Les derniers mots La prise de congé



LA FONCTION DE CHEF DE VENTE

Durée : 40h

Coût : 500 000 FCFA

En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Identifier les différentes facettes du métier de chef de ventes
- Maîtriser les méthodes, techniques et outils de manager et de l'animateur de force de vente,
- Savoir mobiliser et fédérer les forces de vente autour des objectifs de l'entreprise.

PUBLIC CIBLE

- Chefs des ventes et Responsables régionaux,
- Managers commerciaux

CONTENU DE LA FORMATION

La fonction commerciale et métier de chef des ventes

- La dimension stratégique de la fonction Commerciale Rôle du chef des ventes
- Les Conseils des meilleurs chefs de ventes du monde.

Chefs des ventes – relais des objectifs marketings de l'entreprise

- Du Plan Marketing au Plan d'Action Commercial L'analyse du marché et les techniques de prévision Les différents types et techniques de vente
- Les modèles financiers des différents types de vente Fixer les objectifs de vente
- Les mesures de performance des ventes

Organiser la force de vente

- Concevoir et construire le système force de vente Dimensionner sa force de vente
- Délimiter les secteurs de vente Structurer et recruter sa force de vente

Diriger la force de vente au quotidien

- Intégrer les vendeurs débutants Fixer les objectifs à ses vendeurs
- Déterminer la rémunération des vendeurs Promouvoir un vendeur

Licencier un vendeur

- Animer la force de vente au quotidien
- Connaître les éléments de motivation des vendeurs Accompagner ses vendeurs sur le terrain



GESTION DE LA RELATION CLIENT

Durée : 24h
Coût : 300 000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Permettre aux auditeurs de maîtriser les nouveaux concepts théoriques de la gestion de la relation-client
- Doter les auditeurs des outils de gestion optimale d'un portefeuille client
- Améliorer le suivi et la satisfaction des clients de nos auditeurs
- Placer le client comme levier principal de la prise de décision marketing

PUBLIC CIBLE

- Directeurs de clientèle
- Responsables marketing
- Responsables de Business unit
- Managers de TPE/PME
- Commerciaux

CONTENU DE LA FORMATION

- Du Marketing Produit au Marketing One to One
- Evaluation du Capital client
- Techniques de profiling de la clientèle
- Stratégie de gestion de la clientèle
- Principes-clés de la gestion de la relation client
- Gestion d'une Base de données marketing



REUSSIR VOTRE NEGOCIATION COMMERCIALE

Durée : 24h

Coût : 300.000 FCFA

En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Augmenter le potentiel négociateur afin d'optimiser le face à face
- Garder la maîtrise de l'entretien en respectant les différentes étapes de la vente
- Argumenter en tenant compte des besoins et motivations du prospect
- Conclure la négociation sur une image de professionnalisme
- Consolider la relation pour la pérenniser

PUBLIC CIBLE

- Commerciaux Grands Comptes
- Commerciaux seniors, Juniors
- Vendeurs itinérants

CONTENU DE LA FORMATION

Les différents styles de négociateur

- Leurs effets sur le client
- Les résultats attendus en négociation

Optimiser sa prise de contact

- Les techniques pour créer rapidement une atmosphère constructive Décodage du comportement non verbal de son prospect
- Optimiser son questionnement
- La typologie des questions (définitions, objectifs, avantages et inconvénients)
- L'art du questionnement
- Le guide de la découverte en B to B

Optimiser son écoute

- L'écoute passive, l'écoute active
- Repérer les freins à l'achat et les signaux d'achat

Optimiser son argumentation

- Les arguments (définition, types, valeur)
- L'argumentation personnalisée en fonction du choix, du classement, du nombre d'arguments et de leur présentation
- Exercices sur la conception, la structuration et la formulation

Optimiser son traitement des objections

- Les objections (définition, légitime, type difficulté, prévisibilité, attitudes à adopter) Les techniques de réponses + la méthode RIRA
- Elaboration des réponses adaptées aux objections courantes Exercices de traitement des objections

Optimiser sa conclusion

- Quand et comment conclure ?
- Le demi-succès ou comment gagner un accord partiel

Optimiser sa personnalité de négociateur

- La découverte des causes de ses propres comportements qui freinent ou entravent le bon déroulement d'une négociation
- Les moyens personnels pour les éliminer ou les atténuer La gestion du site et du trac



BATIR UN PLAN MARKETING

Durée : 24h
Coût : 300.000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Analyser l'entreprise, le marché, son évolution et son environnement
- S'entraîner à l'élaboration du plan marketing compatible avec les Humaines, techniques, et financières de l'entreprise
- Maîtriser les éléments de la bonne mise en œuvre du plan marketing

PUBLIC CIBLE

- Responsables marketing
- Chefs de projet
- Chefs de produits
- Fonction marketing

CONTENU DE LA FORMATION

Introduction

- De la stratégie au plan marketing
- Les principales étapes d'élaboration du plan marketing L'analyse de l'entreprise, du marché et de son potentiel
- Déterminer les objectifs et les stratégies marketing
- Définir les actions marketing
- Mettre en œuvre le plan marketing

Elaboration du Plan Marketing

- L'analyse de l'entreprise, du marché et de son potentiel
- Rechercher l'information et les prévisions
- Déterminer la compétence distinctive et

- l'avantage concurrentiel déterminant
- Définir les stratégies marketings
- Définir le marketing mix

Mise en Œuvre et Mesure de l'Impact du Plan marketing

- Mettre en œuvre le Plan marketing
- Définir des actions marketing cohérentes
- Traduire le Plan marketing en Plan d'actions commerciales
- Les plans d'actions publicitaires et promotionnelles
- Budgéter les moyens nécessaires à la réalisation
- Contrôler les résultats : Indicateurs et tableau de bord
- Plan Marketing Stratégique et Plan Marketing Opérationnel
- Définitions, modèles et exemples
- Plan marketing
- stratégique
- Plan marketing opérationnel

Plan Marketing stratégique et plan marketing opérationnel

- Définitions, modèles et exemples Plan Marketing stratégique
- Plan marketing opérationnel



FIDELISER VOS CLIENTS

Durée : 24h

Coût : 300.000 FCFA

En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Mettre en place une stratégie de fidélisation,
- Mettre en place un tableau de bord de fidélisation

PUBLIC CIBLE

- Ingénieurs commerciaux, Chargé d'affaires
- Vendeurs souhaitant contribuer à la fidélisation de la clientèle, Responsables commerciaux
- Consultants en actions commerciales

CONTENU DE LA FORMATION

Visualiser les enjeux de la fidélisation

- Le rôle du Marketing relationnel face à la concurrence Développer le sens client au sein de l'entreprise
- Définir une stratégie de fidélisation
- Déterminer les clients cibles suivant leur importance, leur possibilité de développement ou leur rentabilité
- Analyser les motivations de chaque segment de clientèle

Optimiser le fonctionnement des services sensibles et les motiver au sens client : commercial, accueil téléphonique

Préparer une opération de fidélisation Identifier les clients fidèles

- Sélectionner les critères Etablir les choix
- Consulter les listings fiables

- Savoir travailler en relation avec le marketing
- Analyser la relation client avec les autres services de l'entreprise (ADV, Techniques)
- Analyser les objections clients
- Analyser les actions de fidélisation de la concurrence

Construire le plan d'Action de Fidélisation (PAF) clients privilégiés

- Clubs, cartes de fidélité, plannings et salons professionnels
- Agir sur la qualité des garanties et de la réactivité du SAU
- Action de promotion
- Tarif
- Produit
- Information privilégiée
- Mettre en place des actions de Marketing Direct
- Savoir analyser la rentabilité de ces actions
- Savoir-faire un Reporting quantitatif et qualitatif de la fidélisation

Communiquer pour fidéliser intégrer le PAF aux plans Marketing et Actions

- Commerciales
- Définir un plan média adapté
- Former et motiver vos forces de vente et vos services sensibles sur cet axe de progrès
- Gérer les outils informatiques du Reporting



FORMATION ACCUEIL DU PATIENT ET DES FAMILLES

Durée : 24h
Coût : 450 000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Acquérir une approche psychologique de l'accueil au sein d'un établissement de santé
- Maîtriser la réglementation relative aux droits et aux devoirs du patient
- Comprendre les mécanismes mis en jeu dans les manifestations de violence et d'agressivité : savoir les maîtriser et les gérer au quotidien
- Maîtriser les fondamentaux de l'accueil, repérer son stress professionnel et savoir le gérer

PUBLIC CIBLE

- Agents administratifs des établissements sanitaires
- Adjointes administratives des établissements sanitaires
- Toute personne travaillant dans un bureau des entrées
- Secrétaires médicaux et Aide-soignant(e)s

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : Appréhender l'environnement de l'accueil d'un patient et de sa famille

- S'approprier la notion de sensibilisation à la communication dans un contexte de soins
- Appréhender l'approche psychologique de l'accueil
- Prendre connaissance des principes de qualité de l'accueil et qualité de service dans un établissement de santé

Module 2 : Maîtriser les droits du patient hospitalisé

- Rappel des textes législatifs propres au patient

- Focus sur la protection de la liberté individuelle, le respect de la personne et de sa vie privée
- Rappel sur le secret professionnel

Module 3 : Maîtriser les techniques de l'accueil physique en établissement de santé

- S'approprier les clés du bon accueil physique : la communication verbale et non verbale
- Focus sur l'écoute active à l'accueil
- Intégrer les attitudes et les phrases clés d'un accueil professionnel et efficace

Module 4 : Maîtriser les techniques de l'accueil téléphonique

- Retour sur la communication verbale et non verbale au téléphone
- Les lois de l'accueil téléphonique : identifier les différentes étapes
- Exercices sur les situations les plus courantes

Module 5 : Gérer l'agressivité et la violence d'un patient ou d'un membre de sa famille

- Reconnaître les différentes manifestations d'agressivité chez une personne
- Comprendre la notion de conflit : les mécanismes de l'incompréhension
- Gérer et maîtriser une situation d'agressivité, savoir apaiser une situation

Module 6 : Savoir gérer son stress et ses émotions lors de l'accueil d'un patient et de sa famille

- Test pour repérer son stress professionnel et apporter des réponses
- Prendre connaissance des mécanismes du stress chez l'Homme
- Capitaliser sur son fonctionnement et les techniques de gestion du stress



COMMUNICATION STRATÉGIQUE ET OPÉRATIONNELLE

CONCEPTION ET PILOTAGE D'UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE

Durée : 40h
Coût : 750 000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Permettre aux participants de concevoir, mettre en œuvre, piloter et évaluer une stratégie de communication intégrée, réaliste et alignée avec les objectifs de leur organisation.

PUBLIC CIBLE

- Cadres dirigeants ou responsables opérationnels en charge de la communication interne ou externe
- Managers en charge de missions de communication
- Coordonnateurs projets
- Etudiants et jeunes diplômés

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : Cadrage stratégique

- Atelier : Analyse de l'environnement (SWOT, PESTEL appliqué à la communication)
- Identification des enjeux institutionnels et de positionnement
- Définition des objectifs stratégiques de communication

Module 2 : Identification des cibles et construction des messages clés

- Cartographie des parties prenantes
- Méthodes de segmentation des publics
- Atelier : Élaboration de messages adaptés (méthode SONCAS, storytelling)

Module 3 : Élaboration du plan de communication

- Choix des canaux (institutionnels, médias, digital, terrain)
- Cohérence multicanale : intégration offline et online
- Création de l'arborescence d'un plan d'action opérationnel

Module 4: Stratégie de contenu et calendrier éditorial

- Atelier : Ligne éditoriale, types de contenu, ton
- Outils : Calendrier éditorial, campagne thématique
- Gestion de crise : plan de gestion des communications sensibles

Module 5 : Budgétisation et mobilisation des ressources

- Définir un budget de communication (média, RH, outils)
- Atelier : Simulation budgétaire réaliste (grille Excel)
- Intégrer la stratégie dans les budgets projets

Module 6 : Suivi, évaluation et indicateurs de performance

- Fixer des KPI (quantitatifs et qualitatifs)
- Mettre en place un tableau de bord de suivi
- Atelier : Simuler un reporting mensuel/trimestriel

Module 7 : Présentation et validation de la stratégie

- Simulation de présentation devant un Comité de Direction
- Pitch stratégique et outils d'aide à la décision
- Coaching personnalisé

CE-05

CERTIFICAT D'EXPERTISE EN MONTAGE PHOTO ET VIDEO

Durée : 80h

Coût : 950 000 FCFA

En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Apprendre à créer des supports visuels (affiches, vidéos,) percutants.
- Savoir utiliser les outils graphiques pour renforcer le message.
- Maîtriser les bases du design graphique appliqué à la communication.

PUBLIC CIBLE

- Graphistes débutants ou confirmés.
- Professionnels de la communication
- Toute personne impliquée dans la création de supports de communication.

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : Montage photo

- Prise en main de Photoshop (ou Photoshop Express) : interface, outils essentiels, formats d'images
- Rogner, corriger et améliorer des photos brutes (lumière, contraste, recadrage intelligent)
- Créer un visuel de publication (flyer, annonce, post événementiel) à partir de zéro
- Intégrer du texte, des logos et des éléments graphiques officiels (charte visuelle du District)
- Exporter les visuels en haute et basse résolution pour impression ou web

Module 2 : Montage photo

- Initiation au logiciel CapCut/VN (interface, fonctions de base, import/export de fichiers)
- Découpe et assemblage de séquences vidéo (rushs, transitions fluides, suppression d'erreurs)
- Ajout de titres, sous-titres et effets visuels (animations simples, titrage officiel)
- Insertion de musiques, bruitages et voix-off (gestion du son pour la narration institutionnelle)
- Exportation optimisée pour les réseaux sociaux et projections locales (formats adaptés à WhatsApp, Facebook, écrans, etc.)



COMMUNITY MANAGEMENT : ENGAGEMENT ET GESTION DES COMMUNAUTES EN LIGNE

Durée : 40h
Coût : 600 000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Apprendre à gérer et animer une communauté en ligne
- Développer des stratégies de contenu pour engager les abonnés sur les réseaux sociaux
- Analyser l'impact des actions et ajuster la stratégie en fonction des retours

PUBLIC CIBLE

- Professionnels de la communication numérique
- Freelances et consultants en marketing digital
- Etudiants et jeunes diplômés

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : Création de Contenu:

- Rédiger des posts, créer des visuels, produire des vidéos, adapter le contenu aux différentes plateformes et au public cible.

Module 2 : Gestion de Communauté:

- Animer les discussions, modérer les commentaires, répondre aux questions, créer du lien avec les membres de la communauté.

Module 3 : Veille Stratégique:

- Surveiller les tendances, suivre les conversations, analyser la concurrence, identifier les opportunités.

Module 4 : Analyse des Performances:

- Suivre les indicateurs clés de performance (KPIs), analyser les résultats, ajuster la stratégie en fonction des données.

Module 5 : Gestion de Crise:

- Identifier les situations de crise, élaborer un plan de communication de crise, gérer les situations difficiles, restaurer la réputation de la marque.

Module 6 : Outils et Technologies:

- Utiliser les outils de planification, de gestion de contenu, d'analyse et de veille.

Module 7 : Aspects Légaux et Éthiques:

- Respecter les règles de confidentialité, les droits d'auteur, les politiques des plateformes.



COMMUNICATION DE CRISE : TECHNIQUES ET GESTION DES SITUATIONS DIFFICILES

Durée : 40h

Coût : 700 000 FCFA

En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Maîtriser les techniques de gestion de crise pour protéger l'image et la réputation de l'organisation
- Savoir préparer un plan de communication de crise
- Apprendre à communiquer efficacement sous pression et dans des situations de conflit

PUBLIC CIBLE

- Responsables de la communication de crise dans les entreprises, ONG, et institutions publiques.
- Dirigeants d'entreprise et responsables des relations publiques.
- Consultants en gestion de crise.

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : Introduction à la communication de crise

- Définition et typologie des crises
- Importance de l'anticipation et de la préparation
- Comprendre les enjeux de la communication de crise pour l'image et la réputation
- Identification des risques et vulnérabilités de l'organisation
- Mise en place d'une cellule de crise et définition des rôles
- Introduction aux outils de communication de crise (internes et externes)

Module 2 : Gestion de la communication en situation de crise

- Élaboration de messages clés et de porte-parole
- Communication de crise en temps réel sur différents canaux (médias, réseaux sociaux, etc.)
- Gestion des relations avec les médias et les parties prenantes
- Répondre aux questions des journalistes et gérer les situations difficiles
- Utilisation de l'IA pour la communication de crise
- Gérer l'information et éviter les erreurs de communication

Module 3 : Techniques de communication de crise

- Maîtriser la communication verbale et non verbale
- Gérer le stress et l'anxiété en situation de crise
- Adapter son message à différents publics cibles
- Savoir écouter et faire preuve d'empathie
- Travailler en équipe et coordonner la communication

Module 4 : Gestion de l'après-crise

- Analyse des causes de la crise et évaluation des actions menées.
- Mise en place de plans de correction et de prévention.
- Reconstruction de la réputation et de la confiance.
- Apprentissage et amélioration continue.

Module 5 : Communication de crise sur les réseaux sociaux

- Surveillance de la réputation en ligne.
- Gestion des bad buzz et des rumeurs.

MARKETING DIGITAL

Durée : 40h
Coût : 850 000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Apprendre à développer et mettre en œuvre une stratégie de marketing digital
- Savoir utiliser les outils de SEO, publicité en ligne et marketing par email
- Analyser les performances des actions de communication digitale

PUBLIC CIBLE

- Professionnels du marketing et de la communication digitale
- Freelances et consultants en marketing numérique

CONTENU DE LA FORMATION

Introduction au marketing digital

- Comprendre les bases, l'écosystème et les tendances actuelles.

Stratégie digitale

- Définir des objectifs, identifier la cible, choisir les canaux et élaborer un plan d'action.

Parcours client

- Comprendre les différentes étapes du parcours client et optimiser l'expérience utilisateur.

Ciblage et persona

- Définir des segments de clientèle cibles et créer des personas pour des campagnes marketing plus efficaces.

Analyse des données et KPI

- Apprendre à utiliser les outils d'analyse (Google Analytics, etc.) pour mesurer les performances et ajuster les stratégies.

SEO (Référencement naturel) :

- Optimiser son site web pour les moteurs de recherche et améliorer son positionnement.

SEA (Référencement payant) :

- Créer et gérer des campagnes publicitaires sur Google Ads et autres plateformes.

Marketing sur les réseaux sociaux:

- Gérer sa présence sur les réseaux sociaux, créer des campagnes publicitaires et interagir avec la communauté.

E-mail marketing et CRM:

- Créer des campagnes d'e-mailing efficaces, gérer les contacts et utiliser un CRM.

Automatisation du marketing:

- Utiliser des outils d'automatisation pour optimiser les processus et gagner en efficacité.



COMMUNICATION INTERNE : RENFORCER L'ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS

Durée : 40h

Coût : 700 000 FCFA

En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Apprendre à élaborer une stratégie de communication interne efficace
- Renforcer l'engagement des collaborateurs grâce à des actions de communication adaptées
- Maîtriser les outils et techniques de communication interne

PUBLIC CIBLE

- Professionnels des Ressources Humaines et de la communication
- Managers et dirigeants d'entreprises
- Consultants en gestion du changement.

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : Fondamentaux et enjeux de la communication interne

- Définition et enjeux de la communication interne.
- Types de communication interne : descendante, ascendante, transversale.
- Les impacts d'une communication interne sur la culture d'entreprise et l'engagement des collaborateurs.
- Identification des cibles et des parties prenantes.
- Évaluation des outils et canaux existants.

Module 2 : Structurer une stratégie de communication interne

- Définition d'objectifs SMART
- Identification des besoins en communication des différentes parties prenantes.
- Élaboration d'un plan de communication structuré et adapté.

Module 3 : Maîtriser les outils et canaux de communication interne

- Présentation des outils traditionnels : intranet, newsletter, réunions, etc.
- Exploration des outils digitaux : messagerie instantanée, réseaux sociaux d'entreprise, applications collaboratives.

Module 4 : Renforcer l'engagement des collaborateurs

- Importance de la reconnaissance et de la valorisation des collaborateurs.
- Techniques de communication pour impliquer les employés dans la vie de l'entreprise (brainstorming, feedback, sondages).
- Création d'une culture d'entreprise forte et positive.
- L'importance de l'écoute active et de la communication bidirectionnelle.
- Utilisation de la gamification et d'autres approches ludiques pour stimuler l'engagement.

Module 5 : Mesurer et optimiser la communication interne

- Définition d'indicateurs clés de performance (KPI) pour la communication interne.
- Utilisation d'outils d'analyse pour mesurer l'impact des actions.
- Analyse des retours et des feedbacks des employés.
- Ajustement de la stratégie et des actions en fonction des résultats.

DESIGN THINKING ET GESTION DU CHANGEMENT

Durée : 40h
Coût : 1.050 000 FCFA
En présentiel & en ligne

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Permettre aux participants de mobiliser des approches innovantes et centrées sur l'humain pour accompagner efficacement la conduite du changement dans les organisations.

PUBLIC CIBLE

- Les dirigeants et managers
- Les responsables d'innovation
- Les chefs de projet
- Toute personne souhaitant apprendre une approche d'innovation centrée sur l'humain.

CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : Introduction au Design Thinking

- Origines, principes clés et philosophie
- Approche centrée utilisateur : empathie, co-création, itération
- Différences avec les méthodes classiques de résolution de problème

Module 2 : Les étapes du processus Design Thinking

- Empathie : comprendre les usagers et parties prenantes
- Définition : formuler le problème réel
- Idéation : générer des solutions créatives
- Prototypage rapide : matérialiser les idées

Module 3 : Méthodes et outils d'idéation

- Brainstorming guidé
- Carte d'empathie, persona, parcours utilisateur
- SCAMPER, Crazy 8s, 5 pourquoi

Module 4 : Gestion du changement dans les projets circulaires

- Comprendre les dynamiques de résistance au changement
- Courbes du changement et processus d'adhésion
- Acteurs clés et gestion des parties prenantes
-

Module 5 : Stratégies d'accompagnement au changement

- Communication stratégique
- Formation et montée en compétence
- Leadership collaboratif et mobilisation



ILS NOUS FONT CONFIANCE



ET BIEN D'AUTRES



