



# CATALOGUE 2022



**E.T.H.I.C.S**  
Entreprendre, c'est Innover



## **E.T.H.I.C.S., Qu'est ce que c'est ?**

- **Des parcours e-learning intuitifs avec des dispositifs web autonomes**
- **Promouvoir le savoir-faire des entreprises françaises à travers le monde**
- **Des approches pédagogiques innovantes qui favorise la mémorisation et ancrent les connaissances**



**E.T.H.I.C.S.**  
Entreprendre, c'est Innover

**E.T.H.I.C.S est un organisme de formation professionnel** proposant des formations innovantes en présentiel, blended-Learning et Full Digital.

E.T.H.I.C.S possède également une **plateforme de formation en ligne** qui propose un format d'apprentissage innovant.

Le but est d'**apprendre de façon simple mais efficace** des notions clés permettant de **développer son activité professionnelle**.

Notre vision est de **devenir un acteur de référence sur le marché de la formation professionnelle en Digital Learning** dans les 5 ans à venir. Pour réussir cet objectif, nous avons créé un studio de tournage en faisant appel aux **meilleurs professionnels du secteur**.

On a tous une bonne excuse pour ne pas se former : manque de temps, formation non adaptée, format long et ennuyeux... Pourtant, la formation est l'un des meilleurs investissements que vous pouvez faire pour vous et pour vos équipes. **Chez E.T.H.I.C.S, on veut rendre la formation attractive et ludique !**

## Nos engagements :

- **Formats courts** adaptés au monde du travail d'aujourd'hui. On doit pouvoir se former aussi bien au bureau qu'entre deux rendez-vous ou pendant son trajet vers la maison.
- **Formats dynamiques** : formats modernes, dynamiques, sans longueurs, et 100 % pratiques et ludiques.
- **Formateurs experts dans leur domaine**. Chaque formateur est expert dans son domaine et passionné par son sujet. La passion est la clé de la transmission.
- **Parcours complets de formation**. Notre objectif est simple : partir des bases sur une thématique et vous faire monter en compétence mois après mois.
- **Contenus qualitatifs et ludiques** : on se concentre sur le développement de compétences et la qualité des contenus.





Nous accompagnons nos stagiaires dans leur **montée en compétence** en leur offrant des parcours de **formation adaptés à leurs problématiques**. Nous nous concentrons sur des **sujets liés à la performance managériale, commerciale et digitale des professionnels** : vente, marketing, immobilier, communication digitale, communication terrain, publicité...



**Passionnés par l'innovation**, l'équipe E.T.H.I.C.S est en **veille constante** pour dénicher les technologies et tendances qui vont **impacter le secteur de la formation**.



**Nos sujets de prédilection** : les stratégies d'acquisition de visibilité, les nouvelles technologies et startups, les nouveaux business modèles de l'économie participative, les nouvelles tendances liées à la formation, au digital et à l'univers du Metavers.



## Nos 8 axes de formations

### BUSINESS, MANAGEMENT

- Constituer et manager une équipe
- Le manager, pilote de la performance des équipes
  - Les fondamentaux
- Gestion du stress en milieu professionnel
  - Les différents types de licenciement
  - Animer et motiver une équipe
  - Réduire sa charge mentale
  - Prévention du burn-out
- Réussir dans sa première fonction de manager
- bâtir et communiquer son plan d'action commercial
- Processus de recrutement et d'intégration d'un nouveau salarié
  - Identifier les enjeux RSE
- Intégrer une stratégie RSE dans le développement commercial
- Intégrer l'expérience utilisateur au cœur de la stratégie RSE
- Répondre aux appels d'offres des marchés publics

### IMMOBILIER

- CQP négociateur immobilier
- Comprendre les règles d'un terrain constructible
- Cession d'un fond de commerce

### METAVVERSE, BLOCKCHAIN, FINANCE

- Crypto-monnaie
- Les fondamentaux de la blockchain
- Les clefs du financement

## WEB, DIGITAL

- Les fondamentaux du digital et des réseaux sociaux
  - Prospecter sur les réseaux sociaux numériques
    - Réussir sa transition digitale
      - Bien-être et digital
  - Développer son activité Webmarketing
- Créer et administrer un site internet avec Wordpress pour une TPE / PME
  - Concevoir et produire une vidéo promotionnelle d'une TPE / PME
    - Montage vidéo Adobe Première Pro

## CERTIFICATION VOLTAIRE

- Certification Voltaire
- Evaluer et maîtriser ses écrits professionnels
- Se préparer à améliorer son score au certificat Voltaire
- Mémoriser les bases de la grammaire et de l'orthographe

## COMMUNICATION

- Animer une réunion ZOOM
- Animer une réunion à distance
- Développer et renforcer ses capacités relationnelles
  - Développer son activité avec le Webmarketing

## CRÉATION D'ENTREPRISE

- Création d'entreprise
- (Re)dynamiser et développer son entreprise
  - Créer un tiers-lieu en 12 étapes

## INGENIERIE DE FORMATION

- Concevoir et animer une formation avec une pédagogie active
  - Former au digital
- Conception et promotion d'une offre de formation digitale



# Notre équipe



## Gwenaëlle Foillard

### Présidente

Diplômée de l'Ecole de Commerce International (ESCE) avec option Création d'Entreprise & Lobbying Européen, Gwenaëlle a créé plusieurs sociétés et démontre ses compétences dans l'Entrepreneuriat. Passionnée par les nouvelles technologies, l'Innovation et l'Entrepreneuriat, elle souhaite apporter sa contribution dans le développement de l'Organisme de Formation, le suivi QUALITE et la mise en place d'outils pédagogiques adaptés à la Formation, enjeu majeur pour l'Economie de demain.

*"Entrepreneuriat, Innovation, Métaverse, Fun, E.T.H.I.C.S continue sa lancée pour inventer les outils du futur"*

## Sébastien Alba

### Directeur Général

Titulaire d'un Master en Sciences du Management et d'un diplôme d'Ingénieur d'Études et de Fabrication, Sébastien ALBA est le Directeur Général de la société. Son rôle est de motiver les équipes et d'organiser la société au quotidien. Passionné par les nouvelles technologies digitales, il s'est associé au projet pour apporter son savoir-faire spécifique dans ce domaine pour proposer des modules de formation ludiques et innovants.

*"Innovation, digitalisation, rentrons dans une nouvelle ère."*



## Fabrice Benayoun

### Directeur du Développement

Fort d'une expérience de 10 ans en tant que Directeur du Développement et Directeur du Golf de Valgarde, Fabrice BENAYOUN est désormais Directeur Général de la société E.T.H.I.C.S. Il assure le management global de l'entreprise. Il met en œuvre tous les moyens humains, techniques, structurels et financiers pour respecter les objectifs définis par le Conseil d'Administration. Fabrice BENAYOUN a eu l'opportunité de suivre un cursus universitaire polyvalent. Il est titulaire d'un MBA, titulaire du diplôme de l'Ecole des Ponts Paris-Tech.

*"Excellent état d'esprit, Entrepreneuriat, travail, fun, et bonne humeur sont les maîtres mots d'E.T.H.I.C.S"*

# Nos formateurs



**Maxime FAURY**  
Comptabilité expertise financière



**Lisa THONG**  
Conseil et audit



**Joan TULASNE**  
Urbanisme



**Emmanuel MILLELIRI**  
Sport et bien-être



**Gael KORKEAKOSKI**  
Leadership



**Nicolas NIVAULT**  
Management



**Sylvane BRUT**  
Certification Voltaire



**Sylvain BILL**  
Ressources humaine



**Anne ARMESIO**  
Ingénierie de formation



**Patricia DE CUSSY**  
Ingénierie de formation



**Olivier BROUSSAIS**  
Création d'entreprise



**Julien LA FERME**  
Crypto monnaie, Blockchain



# Les 5 piliers de nos formations

## LE TUTORAT

Un réel suivi pédagogique effectué grâce aux outils d'échange, classes virtuelles, forum privé, mail...

## AFEST

Actions de formation en situation de travail conçu dans le but d'aider les travailleurs à acquérir des compétences en lien avec leur métier

## FULL DIGITAL

Des formations 100% à distance avec un suivi personnalisé

## BLENDED LEARNING

Le parfait mélange entre la formation présentielle et digitale

## FOAD

Formation Ouverte A Distance avec un accompagnement personnalisé et adapté aux objectifs de chaque stagiaire

# City Prod 360

**CITY PROD**  
**360**



Un studio est au coeur de notre Organisme de Formation avec une équipe projet qui **vous aide à concevoir et fabriquer vos formations digitales**



**Apprenez et réalisez vos projets pédagogiques** en étant conseillés et créez vous-mêmes vos contenus pédagogiques vidéos, e-learning, mobile learning... en étant **accompagnés au quotidien par nos experts médias**



Explorez les formats, outils et pédagogies pour **réussir dans le digital learning**



Venez avec votre projet, **CITY PROD 360 vous accompagne en transformant ce projet en expérience apprenante**, vous permettant de **développer vos compétences en direct** (AFEST compatible)

**Nous accompagnons** aussi les organismes de formation pour **digitaliser leurs offres de formation** dans le cadre de projets sur mesure **E.T.H.I.C.S** accompagne la montée en compétences des formateurs, concepteurs et chefs de projet formation.



# Business & Management

## Business et Management

*Constituer et Manager une équipe*

### Résumé

 5 jours

 09h00 - 17h30

 Présentiel / Distanciel

 La Garde, 83130

 2 500€ H.T

### Participants

Tout public

### Prérequis

Aucun

### Objectifs pédagogiques

- Acquérir les techniques managériales
- Développer les performances de l'équipe en exerçant son leadership
- Prendre une dimension de leader en dépassant celle de simple manager
- S'affirmer en tant leader de proximité en développant une nouvelle posture

## Business et Management

### Constituer et Manager une équipe

#### Contenu

#### Identifier le rôle et la mission du manager

- Le rôle du manager : du capitaine au chef d'orchestre?
- Intégrer la posture de "manager coach"
- Mise en situation : présentation de soi comme manager d'équipe

#### Le management situationnel

- Maîtriser les 4 styles de management
- Comportements instrumentaux et de comportements relationnels
- Définir l'efficacité managériale

#### Mobiliser son équipe au quotidien

- Motiver ou impliquer ?
- Déterminer les facteurs de démotivation

#### Organiser et accompagner le travail de son équipe

- Fixer les objectifs, négocier les moyens
- Manager le changement et les résistances

#### Apprendre à déléguer

- Les freins majeurs à la délégation
- Les étapes d'une délégation

#### Conduire une réunion

#### Organiser des entretiens avec ses collaborateurs

- Mener les entretiens professionnels avec ses collaborateurs
- L'entretien annuel d'évaluation

#### Médiation et gestion des conflits

- Les méthodes de résolution des conflits
- Minimiser les risques de conflits

#### Recruter et intégrer les nouveaux arrivants

- Sélectionner des candidatures
- L'entretien d'embauche
- Les outils d'aide au recrutement

#### Développer un comportement de leader

- Mieux se connaître pour instaurer des relations efficaces
- Comprendre ses propres modes de comportement et décoder ceux des autres



## Business et Management

*Le manager, pilote de la performance de ses équipes*

### Résumé

 3 jours  09h00 - 17h30  Présentiel / Distanciel  
 La Garde, 83130  1250 € H.T

### Participants

Tout public

### Prérequis

Aucun

### Objectifs pédagogiques

- Élaborer son tableau de bord.
- Piloter son activité et l'activité de son équipe.
- Donner du sens à la création de valeur.
- Favoriser l'engagement pour la performance des collaborateurs.

## Business et Management

*Le manager, pilote de la performance de ses équipes*

### Contenu

- Clarifier les éléments de son tableau de pilotage**
  - Définir ce que l'on veut mesurer.
  - Construire son tableau de bord.
  - Communiquer sur les indicateurs.
  - Définir la périodicité de chaque outil de pilotage.
  - Training : sélectionner les indicateurs pertinents.
- Piloter l'activité en lien avec les objectifs de résultats**
  - Organiser les reportings vers l'équipe
  - Mettre en place le suivi individuel de la performance.
  - Training : recadrer individuellement et collectivement.
- Animer l'équipe pour suivre la performance**
  - Passer des compétences individuelles à la performance.
  - Manager l'équipe avec des attendus de résultats collectifs
  - Développer l'intelligence collective pour obtenir les résultats.
- Analyser et partager les résultats**
  - Se doter d'indicateurs permettant une analyse à moyen terme.
  - Établir le lien entre les résultats obtenus et les outils de reconnaissance : rémunération, évolution de missions.
  - Bâtir son plan de pilotage annuel.

## Business et Management

Les fondamentaux

### Résumé



3 jours



09h00 - 17h30



Présentiel / Distanciel



La Garde, 83130



1250 € H.T



### Participants

Tout public



### Prérequis

Aucun



### Objectifs pédagogiques

- Se centrer sur sa valeur ajoutée de manager.
- Identifier son profil de manager.
- Orienter les actions individuelles et collectives de ses collaborateurs.
- Résoudre efficacement les problèmes de management.
- Développer son aisance relationnelle et maintenir son équilibre émotionnel.

## Business et Management

Les fondamentaux

### Contenu



#### Développer son intelligence managériale

- Le modèle Cegos de l'intelligence managériale.



#### Maîtriser les techniques managériales

- Développer des comportements efficaces.
- Orienter l'action individuelle et collective.
- Mobiliser les énergies individuelles et collectives.



#### Développer ses compétences situationnelles

- Comprendre la réalité en tant que système.
- Agir sur ses marges de manœuvre et ses leviers d'intervention.



#### Développer ses compétences relationnelles

- Mettre en place un système d'information-communication avec son équipe.
- Préparer et animer une réunion d'équipe.
- Gérer les situations délicates.
- Gérer les relations avec son manager.



#### Développer ses compétences émotionnelles

- Gérer ses émotions.
- Gérer son stress.



## Business et Management

*Gestion du stress en milieu professionnel*

### Résumé



3 jours



09h00 - 17h30



Présentiel / Distanciel



La Garde, 83130



1250€ H.T



### Participants

Tout public



### Prérequis

Aucun



### Objectifs pédagogiques

- Identifier les pertes de temps.
- Savoir prioriser les tâches.
- Gérer les imprévus.
- S'exprimer au service de l'efficacité.
- Savoir s'affirmer.

## Business et Management

### Gestion du stress en milieu professionnel

#### Contenu

#### Comprendre sa relation au temps

- Identifier sa relation au temps.
- Connaître sa répartition du temps.
- Identifier sa position, ses fonctions et ses projet.
- Connaître et définir ses objectifs et ses valeurs.
- Identifier les freins.
- Comprendre ses axes de progrès.

#### Optimiser son organisation dans son environnement

- Hiérarchiser et prioriser ses tâches.
- Estimer les durées des tâches.
- Prévoir et gérer les imprévus.
- Gérer les outils digitaux et son environnement.
- Gérer les interruptions et les sollicitations.
- Utiliser les bonnes pratiques d'un fonctionnement en équipe.
- Choisir et utiliser les outils les mieux adaptés à sa gestion de temps.

#### Communiquer pour mieux s'organiser

- Situer sa relation et son comportement face au temps et aux autres.
- S'exprimer avec assertivité - Savoir dire non.
- Utiliser l'écoute active.
- Communiquer et négocier.
- Affirmer ses attentes.

## Business et Management

### Les différents types de licenciement

#### Résumé



2 jours



09h00 - 17h30



Présentiel / Distanciel



La Garde, 83130



1250€ H.T

#### Participants

- Employé(e)s chargé(e) s recrutement / chargé (e)s R.H Assistant (e) RH )
- Agents de maîtrise ( Chargé(e)s recrutement/ chargé(e)s RH/ Assistant(e) RH)
- Dirigeant(e) PME

#### Prérequis

Aucun

#### Objectifs pédagogiques

- Respecter les différentes obligations légales liées au départ du salarié.
- Choisir un type de licenciement selon une situation précise.
- Sécuriser une procédure de licenciement.
- Calculer le coût d'un licenciement.

## Business et Management

### *Les différents types de licenciement*

#### Contenu

#### **Faire face à une procédure de licenciement**

- Identifier la cause réelle et sérieuse d'un licenciement.
- Rompre un contrat pendant une période d'essai.
- Calculer le coût d'un licenciement
- Licencier un salarié protégé
- Rédiger une lettre de convocation à un entretien préalable
- Rédiger une lettre de licenciement

#### **Rupture pour motif personnel.**

- Connaître les différents types de motif personnel.
- Déterminer la nature d'une faute.
- Mener une procédure de licenciement pour motif personnel.
- Faire la différence entre un abandon de poste et une démission.

#### **Rupture pour motif économique**

- Connaître les obligations légales selon la taille du licenciement économique.
- Savoir justifier un licenciement économique.
- Etablir un PSE.
- Mettre en place un ordre de départ.
- Effectuer une recherche de reclassement .
- Mener une procédure de licenciement pour motif économique.
- Connaître les obligations liées au CSP.

## Business et Management

### *Animer et motiver une équipe*

#### Contenu

#### **Mobiliser son équipe au quotidien**

- Evaluer la motivation de l'équipe commerciale
- Les techniques de stimulation
- L'animation de l'équipe commerciale
- Motiver ou impliquer ?
- Déterminer les facteurs de démotivation
- Manager un senior
- Manager la génération Y

#### **Organiser et accompagner le travail de son équipe**

- Clarifier les règles du jeu et définir
- Fixer les objectifs, négocier les moyens
- Suivre et contrôler, traiter les erreurs
- Évaluer les résultats et apprécier les performances
- Manager le changement et les résistances
- Mise en situation

#### **Apprendre à déléguer**

- les freins majeurs à la délégation
- Pourquoi déléguer
- Les étapes d'une délégation
- Les freins et pièges

## Business et Management

### Animer et motiver une équipe

#### Contenu

#### Conduire une réunion

- Organiser une réunion
- Préparer le contenu de la réunion
- Animer la réunion
- Préparer une synthèse de la réunion

#### Organiser des entretiens avec ses collaborateurs

- Mener les entretiens professionnels avec ses collaborateurs
- L'entretien annuel d'évaluation
- Une préparation réciproque
- Les étapes clés de ce type d'entretien
- Le bilan
- L'engagement réciproque L'avenir
- La conclusion de l'entretien 8 - Se donner des critères d'efficacité personnelle
- Les différentes phases de l'entretien d'appréciation
- Les pièges à éviter

#### Médiation et gestion des conflits

- Les rouages des conflits
- Analyse de conflits
- Les méthodes de résolution des conflits
- Minimiser les risques de conflits

## Business et Management

### Animer et motiver une équipe

#### Contenu

#### Recruter et intégrer les nouveaux arrivants

- Evaluer les besoins en compétence et en personnel
- Préparer le recrutement
- Sélectionner des candidatures
- L'entretien d'embauche
- Les outils d'aide au recrutement
- L'accueil et l'intégration du nouveau salarié

#### Développer un comportement de leader

- Mieux se connaître pour instaurer des relations efficaces
- Comprendre ses propres modes de comportement et décoder ceux des autres
- Autodiagnostic : ses styles relationnels et de ses drivers personnels
- Développer une communication de leader
- Explorer toutes les dimensions de la communication
- Pratiquer l'écoute active et le feedback
- Identifier les effets de sa communication sur ses collaborateurs
- Manager à la Elon MUSK
- Manager à la Steve JOBS
- Manager méthode manager minute

## Business et Management

### Réduire sa charge mentale

#### Résumé



#### Participants

Tout public

#### Prérequis

Aucun

#### Objectifs pédagogiques

- Identifier la charge mentale.
- Reconnaître les sources de pollutions mentales.
- Appréhender les solutions pour y remédier.
- Prévenir les sources de stress

## Business et Management

### Réduire sa charge mentale

#### Contenu

- Identifier le déséquilibre**
  - Accueillir et comprendre les émotions
  - Comprendre ses facteurs de motivation.
  - Réfléchir à moyen et long terme.
- Travailler sur les freins et les clés**
  - Désamorcer pensées et émotions.
  - Prioriser sans culpabilité.
  - Déléguer.
  - Savoir dire non.
  - Poser des limites.
  - La force du groupe.
- Recherche des solutions**
  - L' environnement : source d'appuis.
  - La clé 4G.
  - La force du groupe.
- Mise en place**
  - Définir des objectifs.
  - Repenser son organisation personnelle.
  - Définir un plan d'actions (ind. Et /ou collectif).
  - Mettre en place des seuils d'alerte.

## Business et Management

### Prévention du burn-out

#### Résumé



2 jours



09h00 - 17h30



Présentiel / Distanciel



La Garde, 83130



1250€ H.T



#### Participants

Tout public



#### Prérequis

Aucun



#### Objectifs pédagogiques

- Identifier les éléments générateurs de charge mentale.
- Identifier les solutions et leviers d'action « Anti burn-out »
- Mettre en plan d'action pour diminuer la surcharge.
- Prévenir la « rechute »

## Business et Management

### Prévention du burn-out

#### Contenu



#### Identifier le déséquilibre

- Accueillir et comprendre les émotions.
- Comprendre ses facteurs de motivation.
- Travailler son rapport au travail.
- Identifier les freins et pollueurs.



#### S'organiser

- Déléguer et équilibrer.
- Savoir dire non.
- Poser des limites.
- S'exprimer avec assertivité.
- Travailler la notion de culpabilité.
- Gérer son stress.



#### Identifier les leviers d'action

- Identifier son chrono rythme.
- Travailler la gestion des tâches et des priorités.
- Identifier les ressources.
- Gestion des connexions et droit à la déconnection.
- Bilan de compétences.
- Proposer des solutions.

## Business et Management

Prévention du burn-out

### Contenu

#### Mise en place

- Définir des objectifs.
- Planifier les actions.



## Business et Management

Réussir dans sa première fonction de manager

### Résumé



3 jours



09h00 - 17h30



Présentiel / Distanciel



La Garde, 83130



1250 € H.T

#### Participants

Tout public

#### Prérequis

Aucun

#### Objectifs pédagogiques

- Aborder avec succès son changement d'identité professionnelle.
- Analyser son nouvel environnement et le profil de son équipe.
- Réussir son positionnement de manager d'équipe.
- Construire son plan de réussite.



#### Le plus de la formation

- Connaître les fondamentaux du management

## Business et Management

*Réussir dans sa première fonction de manager*

### Contenu

#### Aborder avec succès son nouveau rôle de manager

- Identifier les spécificités de la fonction de manager.
- Découvrir les différents rôles du manager, clarifier ses missions.
- Mise en application : prioriser mes missions dans mon organisation.

#### Analyser le situation et obtenir de la hiérarchie les moyens nécessaires à sa prise de fonction

- Se doter d'une vision globale de la situation en analysant son environnement.
- Se positionner avec succès dans son rôle en tenant compte des différentes situations management présentiel, à distance, télétravail, hybride.
- Déterminer les informations utiles à sa prise de fonction de manager.
- Négocier avec son supérieur hiérarchique les moyens nécessaires à sa réussite.
- Mise en application : Analyse des enjeux dans son contexte professionnel.

#### Réussir ses premiers contact avec l'équipe

- Recueillir l'information sur l'équipe et anticiper les résistances potentielles.
- Préparer et animer sa première réunion.
- Identifier le positionnement de ses collaborateurs : la grille d'analyse stratégique.
- Distinguer les enjeux personnels et les leviers de motivation.
- Training : animer ma première réunion d'équipe.

## Business et Management

*Réussir dans sa première fonction de manager*

### Contenu

#### Exercer son rôle et adapter son style de management

- Identifier son style préférentiel de management (autodiagnostic).
- Adapter et faire évoluer ses pratiques managériales : management situationnel.
- Exercer pleinement son rôle de manager : exercer son autorité en fonction des profils et des situations
- Mener ses premiers entretiens individuels avec chaque collaborateur.
- Training : mener les entretiens clefs.

#### Gérer les situations spécifiques ou délicates

- Définir clairement les règles du jeu.
- Manager d'anciens collègues.
- Faire face à la démotivation.
- Déléguer avec efficacité.
- Training : s'adapter en utilisant le management différencié.

#### Bâtir son plan de réussite

- Identifier ses objectifs individuels et d'équipe.
- Construire son plan d'action à moyen terme.
- Application : préparer sa prise de fonction.



## Business et Management

*Bâtir et communiquer son plan d'actions commerciales*

### Résumé



3 jours



09h00 - 17h30



Présentiel / Distanciel



La Garde, 83130



2500 € H.T



### Participants

Tout public



### Prérequis

Aucun



### Objectifs pédagogiques

- Analyser la performance commerciales.
- Elaborer le plan d'actions commerciales par cible
- Faire adhérer au plan d'actions commerciales

## Business et Management

*Bâtir et communiquer son plan d'actions commerciales*

### Contenu



#### Analyser son marché et définir ses priorités commerciales

- Partir de la stratégie commerciale
- Action : rechercher l'information pertinente pour analyser le territoire de vente et du marché
- Analyse externe : les clients, les concurrents, les circuits de distribution, les partenaires, les évolutions des marchés, les influences PESTEL
- Mise en pratique terrain / AFEST
- Analyse interne : le portefeuille client, le portefeuille produits, les couples clients / produits
- Construire la matrice SWOT de son périmètre de vente.
- Mise en pratique terrain / AFEST



#### Décider des actions et construire son business plan

- Action : définir ses choix en fonction de son analyse
- Traduire ses décisions en objectifs de vente : le business plan du territoire, statuer entre conquête et fidélisation.
- Mise en pratique terrain / AFEST
- Les actions pour atteindre les objectifs : distribution des produits, promotion et efficacité de la force de vente, mesurer le score de recommandation
- Vendre son plan d'actions commerciales en interne pour obtenir les moyens nécessaires.

## Business et Management

*Bâtir et communiquer son plan d'actions commerciales*

### Contenu

#### Communiquer et déployer le plan d'actions commerciales

- Planifier les actions : clients, marketing opérationnel, management.
- Etablir son tableau de bord pour piloter et suivre. Mettre en lien valeur client et canaux de communication.
- Valider son ROI.
- Mise en pratique terrain / AFEST

## Business et Management

*Processus de recrutement et d'intégration d'un nouveau salarié*

### Résumé

 2 jours	 09h00 - 17h30	 Présentiel / Distanciel
 La Garde, 83130	 1250€ H.T	

#### Participants

Tout public

#### Prérequis

Aucun

#### Objectifs pédagogiques

- Respecter les obligations légales liées à l'embauche.
- Adapter son recrutement aux besoins de l'entreprise.
- Mener un entretien d'embauche.
- Mettre en place un parcours d'intégration.

#### Le plus de la formation

- Optimiser ses chances du succès

## Business et Management

Processus de recrutement et d'intégration d'un nouveau salarié

### Contenu

#### Cibler un profil de poste

- Maîtriser le cadre légal d'une embauche
- Utiliser des techniques de recrutement
- Rechercher les besoins de l'entreprise et identifier les compétences clés.
- Créer un descriptif de poste

#### Choisir un candidat en adéquation avec les besoins de l'entreprise

- Créer une base de sourcing
- Rédiger une annonce attractive
- Enumérer les compétences clés de la posture de recruteur
- Analyser les profils des candidats
- Construire une grille d'évaluation.
- Mener un entretien
- Synthétiser les entretiens menés et dégager la plus-value des candidats présélectionnés

#### Effectuer les obligations administratives inhérentes à l'embauche.

- Rédiger une promesse d'embauche.
- Construire un contrat de travail
- Effectuer les déclarations préalables nécessaires (DPAE, AIST, Mutuelle)

#### Réussir l'intégration d'un nouveau salarié

- Créer un système de tutorat.
- Effectuer un entretien de fin de période d'essai

## Business et Management

Identifier les enjeux RSE

### Résumé

 2 jours	 09h00 - 17h30	 Présentiel / Distanciel
 La Garde, 83130	 1250€ H.T	

#### Participants

Tout public

#### Prérequis

Aucun

#### Objectifs pédagogiques

- Créer ses indicateurs RSE et ses outils de sa conduite du changement pour renforcer sa démarche contrôle qualité.

#### Le plus de la formation

- Optimiser ses chances du succès

## Business et Management

### Identifier les enjeux RSE

#### Contenu

#### **Ou suis-je ? les 7 piliers de la RSE "l'alignement de mon ADN RSE"**

- COMPRENDRE LES ENJEUX QUI IMPACTE MON ACTIVITE.
- Identification des enjeux.
- Qualifier son empreinte carbone mobilité.
- Analyser son empreinte carbone numérique.
- CONNAÎTRE LE SOCLE DU DEVELOPPEMENT DURABLE.
- Se situer par rapport aux 7 piliers de la RSE.
- S'informer sur le Global Compact.
- Savoir identifier les O.D.D.
- Reproduire le schéma des 3 cercles vertueux.
- CONSTRUIRE SON PLAN D'ACTION RSE.
- Différencier le législatif du volontarisme.
- Trouver les solutions adaptées.
- S'appuyer sur les O.D.D.

#### **Environnement "Améliorer son environnement c'est améliorer son entreprise."**

- APPRENDRE A QUANTIFIER SES ACTIONS ET SES IMPACTS.
- Analyser ses impacts.
- Définir ses actions.
- Prioriser ses actions.
- Justifier ses décisions.
- Recueillir des retours pour continuer à s'améliorer.
- CREDIBILISER SES ENGAGEMENTS D'ENTREPRISE A IMPACT POSITIF.
- Etablir les bases de son rapport RSE.
- Gagner en efficience et pourquoi pas de l'argent.
- Quelles actions mener avec mes parties prenantes.
- OUVRIR LE DIALOGUE.
- Créer ses outils d'évaluation et de progression.
- Renforcer et crédibiliser sa démarche contrôle qualité.
- Développer sa valeur ajoutée.
- Rendre compte de ses actes.

06 25 88 44 86- [contact@ethics-formation.com](mailto:contact@ethics-formation.com)

## Business et Management

### Identifier les enjeux RSE

#### Contenu

#### **Sociétal "L'amour du territoire"**

- COMPRENDRE LES ENJEUX D'UN TERRITOIRE.
- Se situer sur son territoire.
- Qualifier son impact sociétal.
- Définir ses engagements.
- Justifier ses actions.
- CREDIBILISER SES ENGAGEMENTS D'ENTREPRISE A IMPACT POSITIF.
- Identifier ses pratiques sociales.
- S'appuyer sur ses parties prenantes pour mener ses actions.
- Recueillir des retours pour continuer à s'améliorer.
- AFFIRMER SON ANCRAGE TERRITORIAL.
- Communiquer sur ses engagements.
- Favoriser le dialogue "local".
- Soutenir le développement local.
- CREER SES OUTILS DE PROGRESSION.
- Rechercher des informations législatives.
- S'informer sur ses mises en conformité.
- Quantifier ses prises de décision.
- Comparer ses process qualité avec sa démarche RSE.
- Sélectionner les priorités.
- Constituer son rapport RSE.
- Planifier sa parution.
- Définir son contenu.

06 25 88 44 86- [contact@ethics-formation.com](mailto:contact@ethics-formation.com)

## Business et Management

*Intégrer une stratégie RSE dans le développement commercial*

### Résumé



3 jours



09h00 - 17h30



Présentiel / Distanciel



La Garde, 83130



1250€ H.T



### Participants

Tout public



### Prérequis

Aucun



### Objectifs pédagogiques

- Structurer sa conduite du changement



### Le plus de la formation

- Optimiser ses chances du succès

## Business et Management

*Intégrer une stratégie RSE dans le développement commercial*

### Contenu



#### Offres et services "est-ce que je réponds au besoins/ envie du client ?"

- Acquérir les connaissances nécessaires dans les domaines de la RSE
- Qu'est-ce que la RSE.
- Pourquoi parle-t-on de développement durable.
- Global Compact et O.D.D.
- Comprendre les enjeux liés à une politique de développement durable.
- Vérifier l'adéquation produit/projet/marché.
- Mettre en avant un nouveau produit ou une nouvelle prestation de service.
- Être en adéquation avec ma cible de façon éthique.
- S'interroger sur les bases éthiques de mon produit/ service.



#### Les parties prenantes "si seul on va plus vite ? Ensemble on va plus loin."

- Définir ce qu'est une partie prenante.
- Utiliser sa démarche RSE dans sa communication d'entreprise
- Communication intra-entreprise.
- Communication extra-entreprise.
- Formuler un message efficace et crédible.
- Dénicher de nouveaux plans pour développer son activité.
- Enumérer les actions à mener avec ses parties prenantes
- Choisir les interlocuteurs d'influences avec les actions à mener.
- Mener une démarche responsable en cohésion avec ses parties prenantes.
- Formuler un plan d'action.

## Business et Management

*Intégrer une stratégie RSE dans le développement commercial*

### Contenu

#### La force du pourquoi "le sens de l'action est plus important que l'action elle-même.

- La force du pourquoi.
- Définir le sens de son action.
- Donner un sens à son action.
- Rédiger une accroche qui définit le sens de mon action.
- Décomposer ce que je fais.
- Catégoriser mes actions.
- Identifier mes forces et faiblesses.
- Exprimer comment "je fais".
- Identifier mes moyens.
- Répertorier mes techniques et savoirs-faires.
- Qualifier mes process (Labels, certifications, norme, formation...)

#### Cultiver votre valeur ajoutée.

- Softs skills et talents cachés
- Mettre en valeur ses "talents cachés" (Soft Skills).
- Porter un regard différent sur son savoir-faire et son savoir être.
- Raconter son story telling
- Identifier mes savoirs faire.
- Mettre en lumière son potentiel.
- Identifier et communiquer clairement sa valeur ajoutée.
- Définir les limites de mon action.
- Déterminer le cadre de mes engagements.
- Etablir les bases d'une relation éthique et durable avec mes parties prenantes.
- Lister les enjeux sur lesquels seront portés les actions.
- Sélectionner les actions de ses engagements.

## Business et Management

*Intégrer l'expérience utilisateur au coeur de sa stratégie RSE*

### Résumé

 2 jours	 09h00 - 17h30	 Présentiel / Distanciel
 La Garde, 83130	 1250€ H.T	

#### Participants

Tout public

#### Prérequis

Aucun

#### Objectifs pédagogiques

- Structurer sa relation à travers sa conduite du changement.

#### Le plus de la formation

- Optimiser ses chances du succès

## Business et Management

*Intégrer l'expérience utilisateur au coeur de sa stratégie RSE*

### Contenu

#### **Story Telling "Nous avons tous(tes) une histoire a raconter."**

- Apprendre à parler au coeur de votre cible.
- Créer l'expérience client.
- Rédiger son story telling autour de l'histoire de son client.
- Reperer les détails émotionnels.
- Apprendre à donner l'exemple.

#### **Relation client "Etablir une relation client Ethique".**

- Qu'est-ce qu'une relation client éthique.
- Apprendre à maîtriser la relation client.
- Améliorer sa réputation client.
- Apprendre à tenir ma promesse



## Business et Management

Répondre aux appels d'offres des marchés publics

### Résumé

 5 jours  09h00 - 17h30  Présentiel / Distanciel  
 La Garde, 83130  2500€ H.T

### Participants

Tout public

### Prérequis

Aucun

### Objectifs pédagogiques

- Rédiger des dossiers de réponse et des mémoires techniques gagnants
- Optimiser sa démarche commerciale et sa stratégie de prospection du secteur public
- Maîtriser la réglementation et les réformes récentes

### + Le plus de la formation

- Optimiser ses chances du succès

## Business et Management

Répondre aux appels d'offres des marchés publics

### Contenu

- Décrypter l'appel d'offres**
  - Bien comprendre les besoins de la collectivité.
  - Analyser les critères de jugement des offres.
- Adapter son mémoire technique aux attentes des collectivités**
  - Mettre en avant ses points forts
  - Travailler la personnalisation efficace de son mémoire technique
- La forme du mémoire technique**
  - Les différentes présentations possibles : leurs avantages et inconvénients :
    - Format libre
    - Cadre de réponse imposé
- Prix et qualité : gagner des marchés en préservant ses marges**
  - Valoriser son positionnement et son savoir-faire quel que soit son positionnement tarifaire
  - Comment lutter contre des concurrents qui cassent abusivement les prix ?
- Rédiger un argumentaire convaincant**
  - Reformulation des besoins de la collectivité
  - Rédaction spécifique de l'introduction et de la synthèse afin de démontrer l'adéquation de votre offre aux besoins de la collectivité

## Les plus et astuces pour se démarquer de la concurrence

- Comment prouver vos avantages concurrentiels.
- Faciliter la tâche des personnes qui analysent les offres et les candidatures.

## Comment les collectivités prennent-elles leurs décisions ?

- Qui prend les décisions d'attribution ?
- Quels sont les systèmes de notation du mémoire technique ?

## Structurer sa stratégie commerciale Optimiser son temps

- Spécificités des différents types de structures publiques
- Mobiliser vos ressources sur les marchés que vous pouvez gagner... et ne pas perdre de temps sur les autres

## Erreurs à éviter

Connaitre les principales erreurs à ne pas commettre dans les relations avec les collectivités.

## Les points essentiels de la réglementation

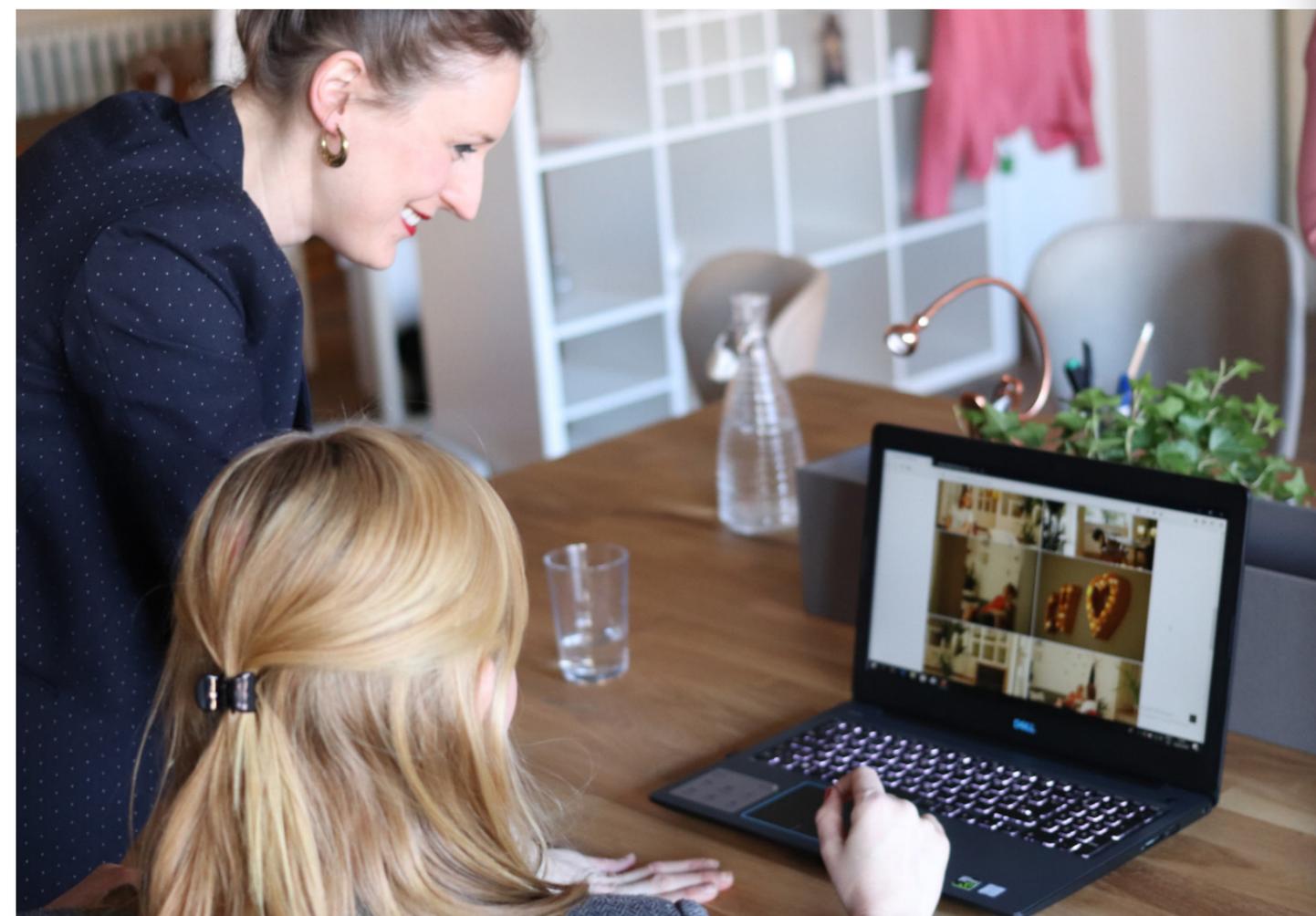
## Adapter sa démarche commerciale à l'administration, si possible avant la parution des appels d'offres

- Comment détecter un futur appel d'offres, avant sa parution .
- Gérer ses priorités
- Optimiser son efficacité

## La réforme récente

- Modifier des dossiers de réponse
- Contrôle et certificats de qualité
- Gestion et suivi de la chaîne d'approvisionnement

## La dématérialisation



# Immobilier

## Immobilier

### CQP Négociateur Immobilier

#### Résumé

 47 jours

 09h00 - 17h30

 Présentiel / Distanciel

 La Garde, 83130

 3750€ H.T

#### Participants

Tout public

#### Prérequis

Aucun

#### Objectifs pédagogiques

- Prospector et évaluer un bien.
- Définir une stratégie de vente.
- Gérer un portefeuille clients.
- Contractualiser la vente dans le respect des normes en vigueur.

#### Le plus de la formation

- Acquérir les compétences nécessaires pour être crédibles sur le marché de l'immobilier

# Immobilier

## CQP Négociateur Immobilier

### Contenu

#### Accueillir, informer, conseiller le client en recherche d'un bien

- Introduction au secteur de l'immobilier / Loi Hoguet
- Communication avec les clients | La découverte du client
- Les biens immobiliers : typologie et caractéristiques

#### Accompagner le propriétaire jusqu'à la signature d'un compromis de vente avec un acquereur ou jusqu'à la conclusion d'un bail avec un locataire

- La prospection immobilière
- L'estimation / l'évaluation d'un bien immobilier
- Les travaux sur un bien

#### Rechercher des biens immobiliers, prospecter et prendre des mandats de vente ou de location

- La prospection immobilière
- L'estimation / l'évaluation d'un bien immobilier
- Les travaux sur un bien



## Immobilier

Comprendre les règles d'un terrain constructible

### Résumé

 2 jours  09h00 - 17h30  Présentiel / Distanciel

 La Garde, 83130  1250€ H.T

### Participants

Tout public

### Prérequis

Aucun

### Objectifs pédagogiques

- Développer ses connaissances en urbanisme appliquées aux terrains constructible
- Identifier les zones de vigilance d'un projet d'urbanisme
- Savoir réaliser une analyse foncière

### + Le plus de la formation

Avoir toutes les cartes en main pour assimiler les règles

## Immobilier

Comprendre les règles d'un terrain constructible

### Contenu

#### Connaître les bases de l'urbanisme

- Lire et analyser un plan de géomètre ( Alti NGF, servitudes, démolitions, zone d'implantation...).
- Identifier, lire et comprendre les différents documents d'urbanisme ( PLU/RNU/Lotissements).

#### Anticiper les problématiques terrain

- Lister et comprendre les servitudes ( Servitudes légales et servitudes conventionnelles/ fonds dominant et fond servant)
- Connaître les causes courantes de blocage : délais d'instruction, recours, plan de prévention des risques, risques d'incendies, zones EBC, Architectes Bâtiments de France.

#### Piloter une analyse foncière

- Identifier et calculer les potentialités du terrain (Emprise au sol possible, surface plancher autorisée, hauteur du bâti)
- Concevoir une fiche d'analyse synthétique standardisée.

## Immobilier

### Cession d'un fond de commerce

#### Résumé

 2 jours  09h00 - 17h30  Présentiel / Distanciel

 La Garde, 83130  1250€ H.T

#### Participants

Tout public

#### Prérequis

Aucun

#### Objectifs pédagogiques

- Décrire la constitution et l'organisation juridique d'un fonds de commerce
- Collecter et utiliser l'ensemble des éléments nécessaires à la mise en place de la cession
- Déterminer la valeur vénale d'un fonds de commerce
- Gérer le rôle de l'intermédiaire en vente de fonds de commerce
- Intégrer les spécificités liées au rédactionnel des promesses de vente et des ventes

#### + Le plus de la formation

Avoir toutes les cartes en main pour assimiler les règles

## Immobilier

### Cession d'un fond de commerce

#### Contenu

#### ■ Décrire le fonds de commerce

- Les éléments incorporels ( la clientèle, le nom commercial, le droit au bail)
- Les éléments corporels ( le matériel, les marchandises)

#### ■ Identifier la nature juridique du fonds de commerce.

- La nature de meuble incorporel.
- La réalisation d'une activité commerciale.
- La garantie de nantissement du fonds de commerce.

#### ■ Examiner les règles de fonds de la cession du fond de commerce.

- Les conditions de validité à la cession du fonds.
- Les vérifications préalables à la cession concernant les parties, le fonds, le local.
- L'évaluation du prix des éléments incorporels, du matériel et des marchandises.
- Les modalités de fixation et de paiement du prix.
- Le financement de l'achat du fonds et son nantissement.
- Les garanties de paiement du vendeur

#### ■ Identifier les règles de forme de la cession du fond de commerce.

- La possibilité d'un acte de vente sous seing privé si le bail le permet
- Les énonciations obligatoire de l'acte et les sanctions en casa de défaillance.
- Les différentes formalités relatives à la comptabilité.
- Le nouveau droit de préemption des communes.

## Immobilier

### Cession d'un fond de commerce

#### Contenu

#### ■ Déterminer les effets de la cession du fond de commerce.

- Les obligations du cédant.
- Les obligations du cessionnaire.
- L'exécution de certains contrats en cours.
- La publication de la cession et les différentes formalités postérieures.

#### ■ Identifier les différentes modalités d'exécution en cas de cession du droit au bail commercial.

- Le domaine d'application du statut du bail commercial.
- Les clauses essentielles ou obligatoires du bail commercial.
- Refus de renouvellement et droit de reprise du bailleur.
- Les droits des parties concernant la cession de bail.
- Les formalités de la cession du bail commercial.
- Les conditions de validité de la cession du bail commercial.
- Le nouveau droit de préemption au profit des communes.
- Les notions de pas de porte et de sous location en matière de cession de bail.

## Immobilier

### Cession d'un fond de commerce

#### Contenu

#### ■ Intégrer le rôle de l'intermédiaire en vente de fond de commerce.

- Modalités et techniques d'évaluation du fonds de commerce.
- Les conditions d'exercice de l'activité d'intermédiaire en vente de fonds.
- La réglementation de l'accès à la profession et de son exercice.
- Les obligations liés aux activités de transactions de fonds de commerce.
- Les relations du mandataire avec sa clientèle : le mandat et son accomplissement.
- La rémunération du mandataire en vente de fonds de commerce.
- La responsabilité du mandataire en vente de fonds de commerce.
- Le devoir de conseil et l'obligation d'information.
- Les missions particulières de l'intermédiaire et du séquestre du prix de vente.

# Metaverse Blockchain, Finance

## Metaverse ,Blockchain, Finance *Crypto-monnaie*

### Résumé

📅 3 jours

🕒 09h00 - 17h30

💻 Présentiel / Distanciel

📍 La Garde, 83130

🏷️ 1250€ H.T

### Participants

- Chefs/ Cheffes d'entreprises.
- Spécialiste de la tech
- Professionnels de l'IT
- Autoentrepreneur(e)s
- Banques
- Particulier
- Conseiller en Investissement.
- TPE/PME/PMI/ETI
- Organisme de formation
- Informatiques

### Objectifs pédagogiques

- Comprendre les enjeux économiques de la cryptomonnaie
- Appréhender les risques techniques, financiers et légaux liés aux cryptomonnaies
- Évaluer les risques et la visibilité d'un projet en lien avec la cryptomonnaie.
- Miner de la cryptomonnaies.
- Créer une épargne rémunératrice en cryptomonnaies.

### + Le plus de la formation

Devenez expert dans la cryptomonnaie

# Metaverse, Blockchain, Finance

## Crypto-monnaie

### Contenu

#### Découvrir les crypto-monnaies

- Les origines de la cryptomonnaie
- Le concept de monnaie virtuelle.
- La Blockchain et la notion de décentralisation.

#### Comprendre l'écosystème des cryptomonnaies

- Le portefeuille de cryptomonnaie et sa sécurisation.
- Les différents protocoles de validation des transactions (Mining, Staking)
- L'Art numérique et le phénomène des NFT's

#### Assimiler les enjeux économiques des cryptomonnaie

- La cryptomonnaie face à la finance centralisée.
- Le financement participatif sur le blockchain (ICO, IDO) et les limites légales.
- Evaluation des coûts.
- La distinction entre les plateformes d'échange centralisé (CEX) et décentralisé (DEX).

#### Saisir les risques techniques, économiques législatif liés à la cryptomonnaie

- Les méthodes et outils afin de limiter les fraudes, risques opérationnels.
- Les risques étatiques.
- Les risques financiers.
- Les réseaux P2P (TOR) et le blanchiment d'argent.



## Metaverse, Blockchain, Finance

### Les fondamentaux de la blockchain

#### Résumé

 12 jours

 09h00 - 17h30

 Présentiel

 La Garde, 83130

 3000€ H.T

#### Participants

Tout public

#### Prérequis

Aucun

#### Objectifs pédagogiques

- Cerner les enjeux, les impacts et les opportunités de la blockchain

#### Le plus de la formation

Connaître la blockchain du bout des doigts

## Metaverse, Blockchain, Finance

### Les fondamentaux de la blockchain

#### Contenu

#### Cerner les impacts stratégiques

- Définition et positionnement de la blockchain
- Comprendre la démarche méthodologique
- Les aspects juridiques

#### Définir les fonctionnalités potentielles

- Blockchain publique, privée et hybride
- Les propriétés : Désintermédiation, sécurisation, preuve

#### Reconnaître architectures et outils

- Blockchain et DLT : Distributed Ledgers Technology
- Le principe du "registre" infalsifiable contrôlé par les contributeurs

#### Identifier les applications et usages

- Exemples de blockchain.
- Les actifs numériques (Token) et les cryptomonnaies.

#### Perspectives et opérateurs du marché

- La blockchain et ses acteurs
- Les "business models" des entreprises utilisant la blockchain.

#### Les actifs numériques

- La place et les usages des Tokens et des TEG "Token Generating Event"
- Les profils de "Wallet" : en ligne, mobile, ordinateur, physique, les acteurs opérationnels

## Metaverse, Blockchain, Finance

### Les clefs du financement

#### Résumé



2 jours



09h00 - 17h30



Présentiel



La Garde, 83130



1250€ H.T



#### Participants

Tout public



#### Prérequis

Aucun



#### Objectifs pédagogiques

- Développer ses connaissances du financement.
- Construire un projet de financement.
- Accompagner son client sur la vision crédit.



#### Le plus de la formation

Connaître la blockchain du bout des doigts

## Metaverse, Blockchain, Finance

### Les clefs du financement

#### Contenu



#### Développer ses connaissances du financement.

- Expliquer le fonctionnement des banques.
- Décrire les notions de garanties.
- Citer les modalités des assurances de prêts.
- Respecter le cadre réglementaires de l'ACPR.
- Connaître les recommandations du HCSF.
- Identifier les différents types de crédits.
- Examiner les solutions des restructurations.



#### Construire un projet de financement.

- Déterminer le budget d'achat.  
Calculer un endettement.
- Connaître les règles de l'investissement locatif.
- Fixer les clauses suspensives d'un compromis.
- Expliquer le plan de Financement.
- Cas Pratiques.



#### Accompagner son client sur la vision crédit.

- Recenser les différentes solutions de financements.
- Répondre aux objections vendeurs / vendeuses.
- Identifier les freins aux financements.
- Identifier des solutions de face aux refus de prêts.

# Web, Digital

## Web, Digital

Les fondamentaux du digital et des réseaux sociaux

### Résumé



2 jours



09h00 - 17h30



Présentiel



La Garde, 83130



1250€ H.T



### Participants

Tout public



### Prérequis

Aucun



### Objectifs pédagogiques

- Mesurer les enjeux des nouveaux usages du digital et des médias sociaux
- Se familiariser avec les réseaux sociaux et leur mode de fonctionnement
- Décrypter les usage qu'en font les entreprises



### Le plus de la formation

- Un accès à la plateforme Voltaire

## Web, Digital

*Les fondamentaux du digital et des réseaux sociaux*

### Contenu

#### ■ Identifier les nouveaux usages du digital

- Les internautes acteurs de leur communication
- Définir les notions de Web 2.0, Web social, Web collaboratif et d'intelligence collective

#### ■ Panorama des médias sociaux

- Définition, usage et chiffres-clés des réseaux et médias sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, Pinterest, Instagram, Snapchat, Tiktok
- Blogs, wikis : quels usages pour l'entreprise ?

#### ■ Utiliser les réseaux et les médias sociaux

- FACEBOOK
  - Les différents formats : profil, page, groupe
  - Quelle utilisation des pages business par les marques
  - Le Edge Rank de Facebook
  - La publicité sur Facebook
- INSTAGRAM
  - Fonctionnement et spécificités
  - Quelle utilisation par les entreprises?
  - Créer une publication efficace et choisir ses hashtags
- TWITTER
  - Fonctionnalités et usages
  - Le vocabulaire : tweet, hashtag, followers
  - Intérêt pour une entreprise
- LINKEDIN et SLIDESHARE
  - Usages professionnels individuels : comment optimiser son profil ?
  - Intérêt et usages par les entreprises

## Web, Digital

*Les fondamentaux du digital et des réseaux sociaux*

### Contenu

#### ■ L'e-réputation et la veille en ligne

- Identité numérique , personal branding et e-réputation : l'importance du moteur de recherche
- Mettre en place un dispositif de veille

## Web, Digital

Prospecter sur les réseaux sociaux numériques

### Résumé



2 jours



09h00 - 17h30



Présentiel



La Garde, 83130



1250€ H.T

### Participants

Tout public

### Prérequis

Aucun

### Objectifs pédagogiques

- Choisir le réseau social numérique adapté à son produit et / ou service

### + Le plus de la formation

- Un accès à la plateforme Voltaire

## Web, Digital

Prospecter sur les réseaux sociaux numériques

### Contenu

#### ■ Comparer le réseau social numérique adapter à son produit / service

- Comparer les réseaux sociaux numériques.
- Identifier les réseaux pros et perso.
- Décrire les spécificités de chaque réseau.
- Analyser le potentiel d'un RSN.
- Définir sa clientèle cible (B/B - B/C)
- Segmenter sa clientèle
- Adapter le RSN à sa cible.
- Déterminer ses objectifs commerciaux

#### ■ Définir sa stratégie de marque sur les réseaux sociaux numériques

- Identifier les besoins clients.professionnel
- Définir son positionnement.
- Décrire les valeurs et la mission de l'entreprise
- Définir sa stratégie commerciale
- CA a réaliser.
- Clients (Nouveaux et Anciens à fidéliser et/ou renouveler)

## Web, Digital

### Prospecter sur les réseaux sociaux numériques

#### Contenu

#### Apprendre à exister sur les réseaux sociaux numériques

- Créer un compte.
- Créer sa communauté.
- Interagir au sein d'un groupe.
- Créer le débat autour de sa solution et/ou du problème lié à la solution proposée.
- Proposer sans vendre.
- Créer un contenu de qualité.
- Construire son tunnel de vente.
- Phase culturelle.
- Constat – Problème – Inconvénient.
- Sauce magique – avantage et bénéfice.
- Passage à l'acte et appel à l'action.
- Story Telling.
- Méthode pitch.
- Les règles de base.
- Les pièges à éviter.
- Quoi et quand publier.

## Web, Digital

### Réussir sa transition digitale

#### Résumé

 2 jours	 09h00 - 17h30	 Présentiel
 La Garde, 83130	 1250€ H.T	

#### Participants

Tout public

#### Prérequis

Aucun

#### Objectifs pédagogiques

- Découvrir les enjeux et les principes de la gestion des données.
- Identifier les risques d'une mauvaise gestion des données.
- Codifier les données.
- Identifier les enjeux de la transition digitale en entreprise et individuelle.
- Identifier les outils de la transition digitale.
- Dématérialiser et animer les réunions à distance.
- Connaître les bons points du télétravail.
- Communiquer dans un monde digital.

#### + Le plus de la formation

- Un accès à la plateforme Voltaire

## Web, Digital

### Réussir sa transition digitale

#### Contenu

#### La structure managériale.

- L'entreprise.
- Environnement : secteur d'activité et la concurrente et leur positionnement par rapport à la transition digitale.
- Les bases et types de management ( Scrum, agile...)
- Explication des consignes, de la notion de transparence et enjeu de l'exercice.
- Débrief des exercices et apprentissage.

#### La gestion des données : Identifier le SI.

- Découverte de la gestion des données.
- Les risques de la mauvaise gestion : le temps, mauvaises expérience client, manque de fiabilité des données.
- Qu'est-ce qu'une données utilisable pour les utilisateur et entreprise.
- L'information et votre entreprise.
- Le parcours de la donnée & le système d'information.

#### La gestion des données : redéfinir le SI.

- Les espace de stockage de l'information, les autorisations et possibilités d'accès à l'info, le process d'entrée de l'info.
- Objectif ATAWAD & stokage.
- Concevoir le bénéfice d'une gestion optimale.
- Mettre en place une arborescence et une codification commune dans l'entre.
- Mettre en place une procédure et un délai de traitement des données.
- Du bilan à la conception.

## Web, Digital

### Réussir sa transition digitale

#### Contenu

#### Réussir sa transition digitale.

- Présentation des différents outils digitaux support : ERP, log spé (SIRH, CRM), Outils collaboratifs.
- Les bénéfices en court homme et ROI.
- Identifier les collaborateurs en réaction au projet. Identifier leurs freins.

#### Accompagner la conduite de changement.

- Rôle, posture et valeurs.
- Les étapes d'un projet et du changement.
- Le parcours du changement "technique", "Humains"
- Les méthodes de projet.
- Les différentes génération à manager.
- Le mentoring et le reverse mentoring.
- Télétravail : enjeux du quotidien.
- Conserver la cohésion à distance.
- Fédérer et porter un projet à distance.
- Les bonnes pratiques et les bons outils.
- Le cadre légal du télétravail .
- Les risques psychosociaux du télétravail.

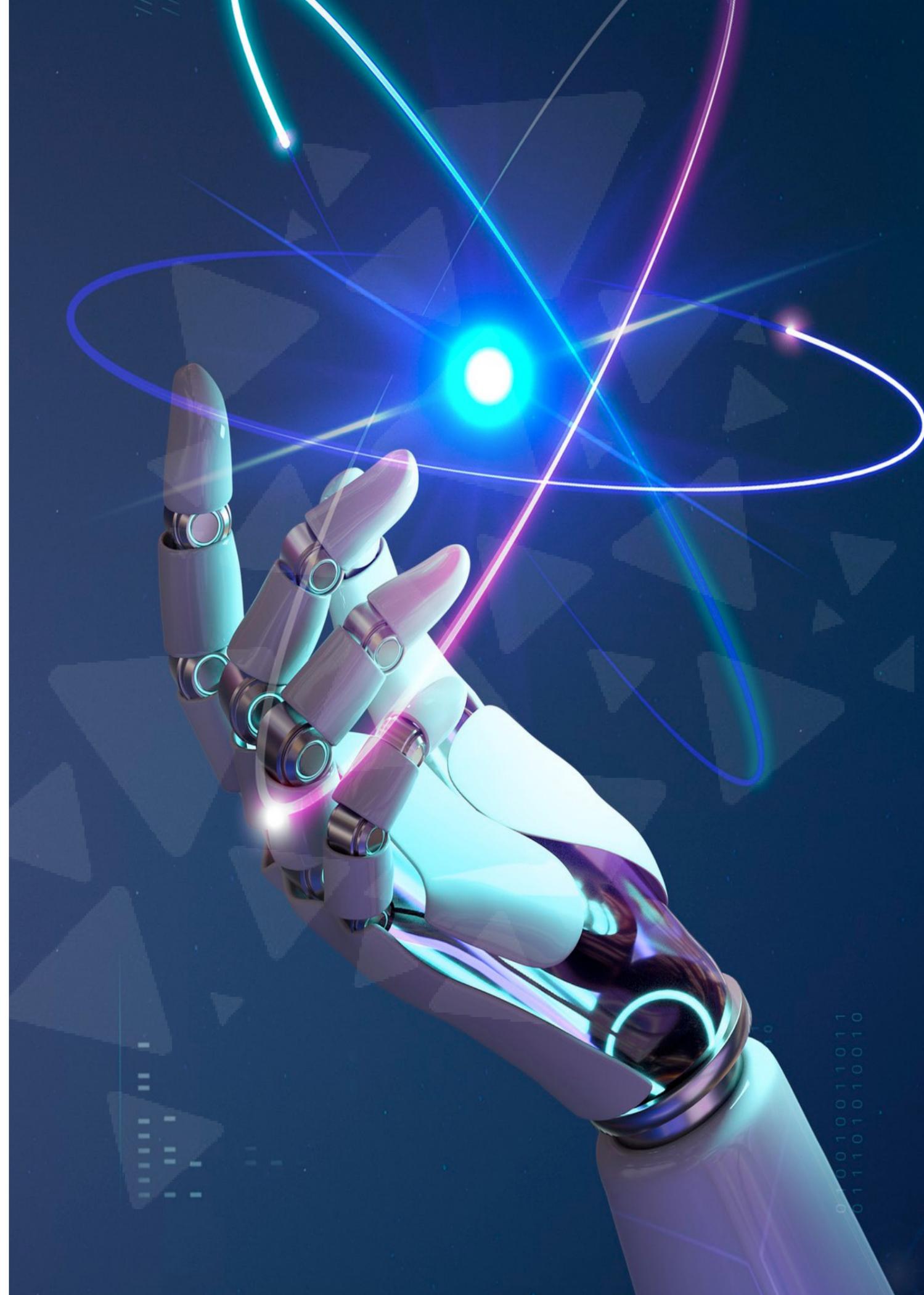
## Web, Digital

### Réussir sa transition digitale

#### Contenu

#### Réussir sa TD : Le mot et l'action.

- LE POUVOIR DE LA PAROLE :
- Communication directe (entretien formels et informels)
- Communication indirecte (questionnaire anonyme, Boite à idées...)
- Surcommunication (overemail, canaux de com, burnout numérique)
- ENTRER EN ACTION :
- Récap sur ce qui a été travaillé.
- Les étapes à venir.
- Mettre en place un suivi et des indicateurs.
- L'Humain au cœur du projet.



## Web, Digital

*Bien-être et digital*

### Résumé



### Participants

Tout public

### Prérequis

Aucun

### Objectifs pédagogiques

- Efficacité professionnelle.
- Management de transition Digitale.
- Prévention du Burn Out ou réduction de la charge mentale.

### + Le plus de la formation

- Un accès à la plateforme Voltaire

## Web, Digital

*Bien-être et digital*

### Contenu

#### Efficacité professionnelle

- Gestion du temps (à tendance digitale).
- Gestion du stress & des conflits.
- Gestion des outils digitaux & de l'environnement.
- Communication interpersonnelle.
- Equilibre vie pro-vie perso.
- Animation de réunion à distance.
- Gestion du télétravail.

#### Management de transition digitale

- Adapter son management aux nouveaux modes de travail et outils digitaux mis en place dans l'entreprise.
- Trouver les bons outils pour gagner en efficacité et mettre en place le management adapté.

#### Prévention du burn-out ou réduction de la charge mentale

- Programme pluridisciplinaire.
- Programme qui allie gestion du temps, des relation, gestion du stress et de la communication.
- Donner les outils à tous ses collaborateurs pour faire redescendre le niveau de stress, réduire l'absentéisme.
- Gagner en bien-être & in fine en efficacité.

## Web, Digital

Développer son activité avec le webmarketing

### Résumé



5 jours



09h00 - 17h30



Présentiel



La Garde, 83130



2500€ H.T

### Participants

Tout public

### Prérequis

Aucun

### Objectifs pédagogiques

- Mettre en place une stratégie webmarketing
- Organiser l'application opérationnelle d'une communication webmarketing
- Suivre et évaluer les résultats d'une communication webmarketing



### Le plus de la formation

- Un accès à la plateforme Voltaire

## Web, Digital

Développer son activité avec le webmarketing

### Contenu

#### Les fondamentaux du webmarketing

- Mettre en place sa stratégie Webmarketing
- Les principaux leviers d'acquisition
- Le suivi de l'audience et des résultats
- L'analyse du contexte et l'orientation stratégique
- Suivre son e-réputation
- Mettre en place une veille webmarketing
- Le référencement payant : google ADS
- L'email marketing
- Mettre en place une campagne emailing

#### Les fondamentaux du référencement

- Marché des moteurs de recherche, piliers et étapes du référencement.
- L'audit sémantique.
- Identification des mots-clés et outils à utiliser.
- Les facteurs clés de l'optimisation technique.
- Comment les moteurs analysent votre site.
- La soumission et le suivi de l'indexation d'un site.
- L'optimisation éditoriale.
- Mettre en place une stratégie de netlinking.
- Mettre en place le suivi de son référencement.

## Web, Digital

Développer son activité avec le webmarketing

### Contenu

#### Mettre en place une stratégie social média

- L'importance du brief comme point de départ de sa stratégie
- Les grandes étapes d'une stratégie social média
- Les réseaux sociaux grand public
- Les réseaux sociaux professionnels
- Analyser les résultats de sa stratégie
- Mettre en place une stratégie de marketing d'influence.



## Web, Digital

Créer et administrer un site internet avec WordPress pour une TPE/PME

### Résumé

 12 jours	 09h00 - 17h30	 Présentiel
 La Garde, 83130	 3000€ H.T	

#### Participants

Professionnels issus de TPE/PME, ayant pour habitude de travailler quotidiennement avec l'outil informatique

#### Prérequis

Dirigeants de petites ou moyennes entreprises, ainsi qu'aux collaborateurs/rices de PME/TPE en charge de la communication ou du marketing de leur structure

#### + Le plus de la formation

- Un accès à la plateforme Voltaire

## Objectifs pédagogiques

- Fixer les objectifs stratégiques d'un site web développé avec WordPress
- Spécifier la cible ou les cibles marketing visées par la TPE/PME lors de la création d'un site web
- Traduire les besoins d'une TPE/PME en un listing de fonctionnalités pour le futur site internet
- S'assurer de la faisabilité des besoins exprimés par l'entreprise avec la solution WordPress
- Élaborer l'arborescence d'un site internet.
- Configurer une interface d'administration (back-office) sur le CMS WordPress
- Produire et intégrer des contenus textes et multimédias sur les pages d'un site WordPress grâce à un page builder
- Mettre en conformité juridique un site WordPress en fonction des obligations légales propres à son marché et au RGPD
- Configurer des outils de mesure d'audience et de performance sur un site internet WordPress

## Web, Digital

*Créer et administrer un site internet avec WordPress pour une TPE/PME*

### Contenu

#### Définir le cadre d'un projet de site internet faisable avec le CMS WordPress

- Définir les cibles d'un site internet

#### Spécifier la conception fonctionnelle d'un site internet réalisé avec WordPress

- Concevoir et réaliser un mockup pour un site internet WordPress
- Choisir un hébergeur et installer le CMS WordPress

#### Optimiser dans la durée l'accessibilité d'un site WordPress

#### Installer et configurer le CMS WordPress sur un environnement de pre-production

- Initialiser la navigation d'un site avec WordPress
- Installer un thème sur WordPress

#### Personnaliser une interface utilisateur WordPress

- Les différents types de post sur WordPress et leur comportement

#### Mettre en conformité juridique un site WordPress

- Être en conformité juridique lorsqu'on collecte des données ou diffuse des contenus

#### Établir le plan d'animation d'un site WordPress pour le pérenniser

## Web, Digital

### Concevoir et produire les vidéos promotionnelles d'une TPE/PME

#### Résumé

 7 jours	 09h00 - 17h30	 Présentiel
 La Garde, 83130	 3000€ H.T	

#### Participants

- Dirigeants de petites ou moyennes entreprises
- Collaborateurs et collaboratrices de TPE/PME en charge de la communication ou du marketing

#### Prérequis

Professionnels issus de TPE ou PME, ayant pour habitude de travailler quotidiennement avec l'outil informatique (recherche internet, e-mails, traitement de texte, paiement en ligne...) et un smartphone (téléchargement d'application, rédaction de mail et messages, prises de vue).

#### + Le plus de la formation

Devenez expert dans votre domaine

#### Objectifs pédagogiques

- Définir les objectifs et les moyens pour la réalisation d'une vidéo promotionnelle
- Réaliser une expression de besoins (brief).
- Rédiger un synopsis.
- Réaliser un storyboard.
- Définir un budget prévisionnel
- Définir un planning prévisionnel
- Comprendre les bases de la captation d'images
- Réaliser des prises d'images avec un appareil photo ou un smartphone
- Réaliser des prises de sons
- Maîtriser un logiciel de montage adapté (Adobe Premiere Pro, Final Cut, DaVinci Resolve)
- Importer des plans et des contenus multimédias dans le logiciel de montage
- Réaliser le dérushage des vidéos
- Réaliser le montage de la vidéo promotionnelle
- Connaître les différents moyens et contraintes de diffusion d'une vidéo
- Exporter la vidéo promotionnelle
- Partager la vidéo sur les médias sociaux



## ■ Définir les objectifs d'une vidéo promotionnelle pour une TPE/PME

- Définir les objectifs et les moyens pour la réalisation d'une vidéo promotionnelle
- Rédiger un brief pour la réalisation d'une vidéo promotionnelle

## ■ Élaborer la conception de la vidéo promotionnelle d'une entreprise

- Rédiger un synopsis
- Réaliser un storyboard
- Réaliser un dossier de ressources multimédia

## ■ Exporter la vidéo promotionnelle de l'entreprise vers des supports de diffusion

- Connaître les différents moyens et contraintes de diffusion d'une vidéo
- Exporter la vidéo promotionnelle

## ■ Réaliser les prises d'image et de son en utilisant un appareil photo ou un smartphone

- Comprendre les bases de la captation d'images
- Réaliser des prises d'images avec un appareil photo ou un smartphone

## ■ Réaliser le montage de la vidéo promotionnelle de l'entreprise

- Connaître et choisir un logiciel de montage adapté
- Procéder au dérushage des vidéos
- Procéder au montage de la vidéo

## Web, Digital

### Montage vidéo Adobe Première Pro

#### Résumé



5 jours



09h00 - 17h30



Présentiel



La Garde, 83130



2500€ H.T

## ■ Participants

Tout public

## ■ Prérequis

Aucun

## ■ Objectifs pédagogiques

- Maîtriser la vidéo numérique : codecs, formats, résolution.
- Organiser son travail dans Première Pro : rushes, préférences, interface.
- Maîtriser les outils avancés de montage : modes, raccords, multicam.
- Gérer les imports et effectuer les conversions.
- Traiter l'audio : corriger et pré-mixer incorporer des titres : titre fixe, sous-titrage.
- Utiliser des FX.
- Exporter.



## Le plus de la formation

- Un accès à la plateforme Voltaire

## Web, Digital

### Montage vidéo Adobe Première Pro

#### Contenu

#### Maîtriser la vidéo numérique : codecs, formats, résolutions.

- Les différents formats de vidéos.
- Résolution, pixels, fréquence d'images, trame, débit, formats et codecs.
- Workflow Adobe Creative Cloud.
- Les proxys.

#### Organiser son travail dans Première Pro : rushes, préférences, interface.

- La notion du projet dans Adobe Première.
- Paramétrage et configuration du banc de montage.
- Disques de travail et de rendu.
- Molette de variation de vitesse.
- Raccourcis clavier.
- Le dérushage.
- Définition des points d'entrées et de sorties.
- Capture à la volée.
- Notion d'uniformisation.
- L'organisation et la gestion des médias.
- La gestion et les recherches dans le chutier.
- L'organisation des séquences et des scènes.
- Moniteur "cible" / moniteur "source".
- Les rudiments du montage.
- Navigation dans la timeline.

## Web, Digital

### Montage vidéo Adobe Première Pro

#### Contenu

#### Maîtriser le montage avec les méthodes et outils simples.

- Gestion des pistes audio/ vidéo.
- Gestion de la timeline.
- Les différentes techniques de montage non linéaire : points d'entrée et de sortie, montages à 3 et 4 points.
- Insertion / recouvrement de piste audio / vidéo.
- Outils de raccord par propagation.
- Options d'effets géométriques.
- Opacité.
- Modes de fusion.
- Les transitions.
- Le rendu.

#### Maîtriser les outils avancés de montage : modes, raccords, multicam.

- Montage à 2,3 et 4 points.
- Raccords et découpe de clips.
- Marques d'éléments, de séquences, repères.

## Web, Digital

### Montage vidéo Adobe Première Pro

#### Contenu

#### Gérer les imports et effectuer les conversions.

- Application de transitions audio et vidéo.
- Fenêtre option d'effets.
- Transitions et durée par défaut.
- Zone de travail et rendus audio/vidéo.

#### Traiter l'audio : corriger et pré-mixer incorporer des titres : titre fixe, sous-titrage.

- La sonorisation.
- Le commentaire.
- La bande sonore.
- Le mixage des pistes.
- Le master.

#### Utiliser des FX.

- Les titrages.
- Le Motion Desing.
- Premiers pas sur l'application After Effects

#### Exporter.

- Les paramètres d'exportation.
- L'exportation.
- Les différents formats d'enregistrement et de compression.
- L'encodage pour les différents modes de diffusion.



# Certification Voltaire

## Certification Voltaire Certification

### Résumé

 3 jours

 09h00 - 17h30

 Présentiel

 La Garde, 83130

 1250€ H.T

### Participants

Tout public

### Prérequis

Aucun

### Objectifs pédagogiques

- Muscler sa communication et ses capacités relationnelles.
- Gagner en confiance, en crédibilité par le biais d'une prise de parole et d'une rédaction de qualité.
- Connaître et assimiler les différentes thématiques en orthographe.
- Appliquer règles et astuces pour bien préparer et améliorer son score au certificat Voltaire.
- Savoir évaluer les écrits professionnels.

### Le plus de la formation

- Un accès à la plateforme Voltaire

## Certification Voltaire

### Certification

#### Contenu

#### Renforcer et soigner sa prise de parole et son orthographe

- Formuler et structurer ses propos
- Appliquer des techniques de prise de parole
- Identifier les différents niveaux de certificat Voltaire.

#### Se préparer et améliorer son score

- Conjugaison et participes passés.
- Mots et expression employés à mauvais escient.

#### Évaluer et maîtriser ses écrits professionnels

- Sélectionner les informations et les idées.
- Adopter le bon ton.

#### Passage du certificat Voltaire

- Passage de l'examen du certificat Voltaire

## Certification Voltaire

### Évaluer et maîtriser ses écrits professionnels

#### Résumé

 1 jours  09h00 - 17h30  Présentiel

 La Garde, 83130  790€ H.T

#### Participants

Tout public

#### Prérequis

Aucun

#### Objectifs pédagogiques

- Savoir évaluer les écrits professionnels et proposer une grille de correction pour améliorer ses écrits professionnels.

## Certification Voltaire

*Evaluer et maîtriser ses écrits professionnels*

### Contenu

#### Avant de rédiger

- Plan
- Paragraphe
- Ton
- Vocabulaire dédié
- Mot de liaison
- Formules de politesse

#### Les différents écrits professionnels et leurs grille de corrections

- Mail
- Compte-rendu opérationnel et suivi des actions
- Ordre du jour de réunion ou de séance de travail
- Procédure
- Communiqué de presse
- Rapport de note de synthèse
- Présentation sur LinkedIn et autres réseaux sociaux.

## Certification Voltaire

*Se préparer à améliorer son score au certificat Voltaire*

### Résumé

 1 jours  09h00 - 17h30  Présentiel

 La Garde, 83130  790€ H.T

#### Participants

Tout public

#### Prérequis

Aucun

#### Objectifs pédagogiques

- Connaître les différentes thématiques en orthographe.
- Appliquer règles et astuces pour se bien se préparer et améliorer son score au certificat Voltaire.

## Certification Voltaire

Se préparer à améliorer son score au certificat Voltaire

### Contenu

#### Première partie

- Conjugaison et participes passés.
- Les Problèmes d'accord dont les mots composés.
- Zoom sur les couleurs.
- Orthographe lexicale.
- Homonymes et paronymes.

#### Dernière partie

- Barbarismes (erreur de langage) à bannir.
- Solécismes (emploi mal à propos) lexicaux.
- Mots et expressions employés à mauvais escient.
- La construction des verbes.
- L'emploi des modes.
- Du bon usage des prépositions.
- Interrogation directe et interrogation indirecte.
- La négation.

## Certification Voltaire

Mémoriser les bases de la grammaire et de l'orthographe

### Résumé

 1 jours  09h00 - 17h30  Présentiel

 La Garde, 83130  790€ H.T

#### Participants

Tout public

#### Prérequis

Aucun

#### Objectifs pédagogiques

- Comprendre les bases de l'orthographe.
- Assimiler la grammaire.

## Certification Voltaire

*Mémoriser les bases de la grammaire et de l'orthographe*

### Contenu

#### Première partie

- Le nom commun et le nom propre (genre et nombre).
- Les déterminants et adjectifs numéraux.
- Les adjectifs qualificatifs.
- Les couleurs.
- Le verbe et le sujet de la phrase.
- Le groupe nominal.
- Les pronoms personnels.
- Le « COD » (complément d'objet direct).
- Le « COI » (complément d'objet indirect).
- Les prépositions.

#### Dernière partie

- Les compléments circonstanciels.
- Les adverbes (en -ment).
- Les temps et les modes des verbes.
- Les règles d'accord avec être et avoir.
- Les participes passés.
- La ponctuation.
- La relecture



# Communication

## Communication

### Animer une réunion ZOOM

#### Résumé



2 jours



09h00 - 17h30



Présentiel



La Garde, 83130



1250€ H.T



#### Participants

- Tout public



#### Prérequis

Aucun



#### Objectifs pédagogiques

- Adapter ses présentations en numérique.
- Appréhender les fonctionnalités de Zoom.
- Utiliser Zoom pour l'animation de ses réunions et ses rendez-vous clients.

## Communication

### Animer une réunion ZOOM

#### Contenu

#### Animer une réunion en ligne

- Fonctions principales de Zoom Meeting.
- Extensions et plugin, Applications.

#### La réunion sur ZOOM

- Préparer une réunion avec Zoom.
- La vidéo : partage d'écran, fonds, filtres, écrans.
- L'audio : gestion du son, micro et participation
- Le chat : support de réunion.
- Enregistrements : Paramétrage et partage.
- Usage des raccourcis clavier.
- Gestion des salles d'attente.
- Intégrer Zoom à Outlook / Zapier / Slack.
- Réussir vos présentations en intégrant Prezi à Zoom.

#### Le webinaire

- Les bonnes pratiques du webinaire.

#### Conclure efficacement une réunion

- Compte-rendu automatique.
- Vers la prochaine réunion en ligne – récurrence.

## Communication

### Animer une réunion à distance

#### Résumé



2 jours



09h00 - 17h30



Présentiel



La Garde, 83130



1250€ H.T

#### Participants

- Tout public

#### Prérequis

Aucun

#### Objectifs pédagogiques

- Adapter ses présentations en numérique.
- Connaître les bonnes pratiques de l'animation à distance.
- Connaître les logiciels et le matériel.

## Communication

*Animer une réunion à distance*

### Contenu

#### Base de l'animation d'une réunion

- Préparation de la réunion.
- Développer une réunion.
- Animer une réunion.

#### Règles des réunions à distance

- Durée, Rythme, Gestion du groupe.
- Bien démarrer la réunion.
- Règles de communication.
- Rôles des participants.

#### Préparer sa réunion à distance

- Invitation (forme, délai, agenda).
- Comment s'équiper pour une réunion à distance.
- Quel outil digital pour quel besoin ( Zoom, Google meets, Teams : Fonctions & paramétrages).

#### Animation de réunion à distance

- Qualité du visuel de support distanciel.
- Le partage d'écran, usage et subtilité.
- Les Ice Breakers à distance.
- Adapter les outils d'animation à distance (padlet, quiz, photolangage, mind mapping, dingbat...).

#### Conclure efficacement une réunion

- Compte-rendu.
- Enregistrement et restitution.
- Vers la prochaine réunion en ligne.

## Communication

*Développer et renforcer ses capacités relationnelles*

### Résumé



2 jours



09h00 - 17h30



Présentiel



La Garde, 83130



1250€ H.T

#### Participants

- Tout public

#### Prérequis

Aucun

#### Objectifs pédagogiques

- Aujourd'hui, notre culture et les entreprises s'ouvrent de plus en plus aux qualités comportementales. Enfin reconnues et recherchées, elles ne demandent qu'à s'exprimer.

## Communication

Développer et renforcer ses capacités relationnelles

### Contenu

#### S'exprimer avec assertivité

- Définir la notion d'assertivité.
- Déterminer les 4 comportements de réaction face aux autres.
- Identifier les difficultés relationnelles rencontrées.
- Repérer les applications pratiques.
- Analyser la synergie estime – affirmation – confiance.
- Se fixer un objectif.
- Corréler avec la vie personnelle.

#### Structurer ses propos

- Appliquer des techniques de prise de parole.
- Se présenter.
- Présenter son entreprise / projet / mission.

#### Maîtriser les principes de l'orthographe

- Distinguer les différentes catégories de mot.
- Accorder le genre et le nombre des noms.
- Conjuguer verbes et participes passés.
- Repérer les fautes de français.
- Identifier les différents niveaux de certificat Voltaire.

## Communication

Développer son activité avec le webmarketing

### Résumé



5 jours



09h00 - 17h30



Présentiel



La Garde, 83130



2500€ H.T

#### Participants

- Débutants / Intermédiaires.
- Responsable et Chargé de communication
- Chef de projet
- Indépendant
- Entrepreneur...

#### Prérequis

Une première expérience professionnelle est appréciée ainsi qu'une connaissance de l'outil internet.

#### Objectifs pédagogiques

- Mettre en place une stratégie de webmarketing
- Organiser l'application opérationnelle d'une communication webmarketing
- Suivre et évaluer les résultats d'une communication webmarketing



#### Le plus de la formation

Le webmarketing n'aura plus de secret pour vous

## Communication

*Développer son activité avec le webmarketing*

### Contenu

#### Les fondamentaux du webmarketing

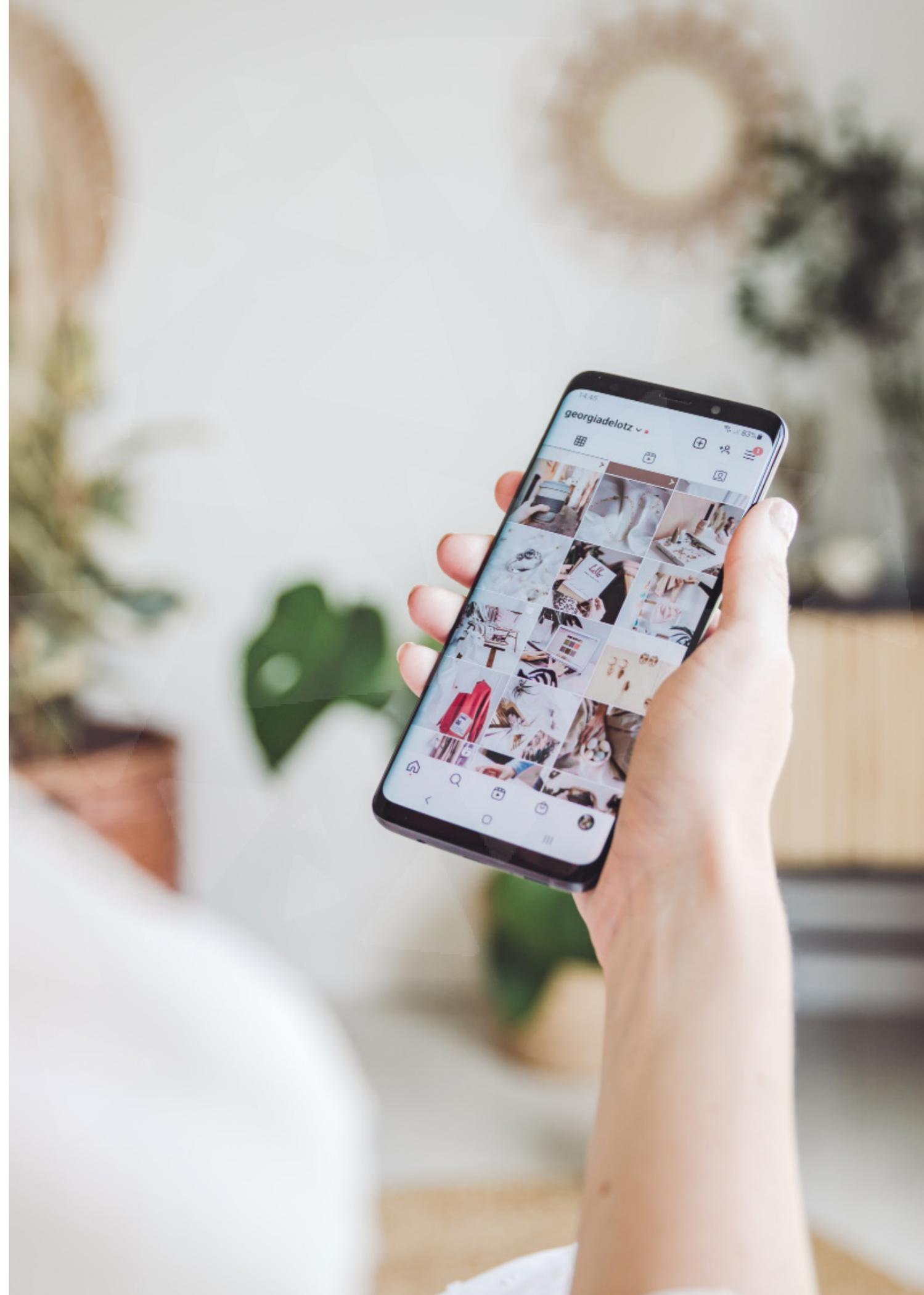
- Mettre en place sa stratégie webmarketing
- Le référencement payant : Google Ads
- L'email marketing

#### Les fondamentaux du référencement

- Introduction
- L'Audit sémantique
- Les facteurs clés de l'optimisation technique
- La soumission et le suivi de l'indexation d'un site
- L'optimisation éditoriale
- Mettre en place une stratégie netlinking

#### Mettre en place une stratégie social média

- Introduction au web social
- L'importance du brief comme point de départ de sa stratégie
- Les grandes étapes d'une stratégie social média





# Création d'entreprise

## Création d'entreprise

### Création

#### Résumé

 5 jours

 09h00 - 17h30

 Présentiel

 La Garde, 83130

 2500€ H.T

#### Participants

Tous public

#### Prérequis

Aucun

#### Objectifs pédagogiques

- Définir son projet
- Préparer une étude de marché
- Définir sa stratégie de communication
- Construire son budget prévisionnel
- Présenter son projet

#### + Le plus de la formation

Une mise en pratique immédiate de votre projet

## Création d'entreprise

### Création

#### Contenu

#### Introduction à l'entrepreneuriat, de l'idée au projet

- Évaluer son idée et la faire évoluer en projet.
- Maîtriser les fondamentaux de la création d'entreprise.

#### Concevoir son étude de marché

- Identifier les tendances du marché et sa clientèle
- Définir une stratégie marketing et commerciale

#### Faire du risque un défi

- Distinguer les situations engageant la responsabilité civile, pénale ou administrative du chef d'entreprise.
- Cartographier les risques inhérents à son activité.

#### Choisir son statut juridique et fiscale

- Comprendre le régime social du dirigeant.
- Contrôler le capital de son entreprise.

#### Faire du risque un défi

- Construire des indicateurs et tableaux de bord quantitatifs et qualitatifs.
- Établir une communication interne favorisant un meilleur

#### Négocier efficacement ses contrats

- Anticiper la structure juridique de l'opération voulue
- Développer une approche assertive pour atteindre ses objectifs.

#### Développer ses ressources humaines

- Étendre son activité vers d'autres services
- Maîtriser les obligations sociales du dirigeant

#### Définir sa stratégie de communication

- Définir la cible de communication.
- Inventer les moyens de communication

#### Construire son prévisionnel financier

- Évaluer les frais généraux prévisionnels.
- Estimer son chiffre d'affaires prévisionnel.



## Création d'entreprise

(Re)dynamiser et développer son entreprise

### Résumé

 3 jours

 09h00 - 17h30

 Présentiel

 La Garde, 83130

 1250€ H.T

### Participants

Tous public

### Prérequis

Aucun

### Objectifs pédagogiques

- Définir les objectifs stratégiques de l'entreprise.
- Distinguer les causes de la stagnation ou du manque de développement de son entreprise.
- Déterminer les leviers de dynamisation et de développement de l'entreprise.
- Construire une stratégie de (re)dynamisation et de développement de l'entreprise.
- Construire son plan d'action opérationnel.

## Création d'entreprise

(Re)dynamiser et développer son entreprise

### Contenu

#### ■ Identifier le rôle du dirigeant

- Identifier le rôle du dirigeant selon sa fonction
- Identifier les valeurs du dirigeant
- Identifier les objectifs personnels et les motivations du dirigeant
- Identifier les croyances limitantes du dirigeant

#### ■ Définir le positionnement du dirigeant

- Déterminer les activités et le positionnement du dirigeant dans l'entreprise
- Déterminer le positionnement vis-à-vis des équipes et collaborateurs
- Expérimenter une technique de gestion des émotions

#### ■ Comprendre l'importance de la stratégie d'entreprise

- Comprendre les principes de la stratégie d'entreprise
- Déterminer la mission de son entreprise
- Déterminer la vision de son entreprise
- Définir sa stratégie d'entreprise
- Déterminer ses objectifs stratégiques

#### ■ Définir les principes de sa stratégie commerciale

- Comprendre l'enjeu du Positionnement de l'entreprise
- Définir sa clientèle cible
- Définir les éléments différenciant de son offre
- Choisir des méthodes de commercialisation de son offre

## Création d'entreprise

*(Re)dynamiser et développer son entreprise*

### Contenu

#### Reconnaître la chaîne de valeur

- Identifier les éléments de la chaîne de valeur
- Distinguer les causes de la stagnation ou du manque de développement de l'entreprise
- Intégrer des modalités de gestion innovantes dans sa chaîne de valeur
- Evaluer le fonctionnement de la chaîne de valeur

#### Reconnaître les leviers de dynamisation

- Découvrir les leviers de dynamisation de l'entreprise
- Découvrir les leviers ou stratégies de développement de l'entreprise
- Choisir les méthodes et techniques de déploiement des leviers

#### S'inscrire dans les principes d'une entreprise dynamique et pérenne

- Identifier les 4 critères de pérennité de l'entreprise
- Choisir une méthode d'évaluation de ces critères
- Déterminer les moyens de mise en œuvre associés à chaque critère

#### Construire son plan de redynamisation et de développement d'entreprise

- Décliner les objectifs stratégiques en objectifs opérationnels
- Choisir des méthodes de déclinaison adaptées
- Consolider l'ensemble des axes de redynamisation et de développement travaillés
- Les aligner avec les objectifs opérationnels
- Construire le plan d'action opérationnel

## Création d'entreprise

*Créer un tiers-lieu en 12 étapes*

### Résumé



5 jours



09h00 - 17h30



Présentiel



La Garde, 83130



2500€ H.T

#### Participants

Tous public

#### Prérequis

Aucun

#### Objectifs pédagogiques

- Choix du type de tiers-lieu.
- Le concept et le "Story Telling".
- Les besoins de la communauté de clients.
- Le lieu.
- Le modèle économique.
- L'espace physique et les travaux.
- L'espace numérique.
- La communauté.
- l'écosystème de partenaires.
- Les services.
- Harmonisation des intelligences multiples.
- Les ressources humaines.
- Le lancement.
- L'exploitation.
- Le développement.

## Création d'entreprise

### Créer un tiers-lieu en 12 étapes

#### Contenu

#### Choix du type de tier-lieu

- Identifier les trois grandes familles de tiers- lieux.
- Qu'est-ce qui différencie ces types de tiers- lieux ?
- Choisir un type de tiers-lieu.

#### Le concept et le « Story Telling »

- Concept et histoire d'un tiers-lieu.
- L'écriture de l'histoire d'un tiers-lieu.

#### Les besoins de la communauté de clients

- Identifier la/les communauté(s) potentielle(s) du lieu.
- Définir ses/leurs besoins.
- Définir des tarifs et contreparties différentes.

#### Le lieu

- Comment choisir un lieu.
- Comment négocier un bail commercial.
- Etudier la mise à disposition d'un lieu.

## Création d'entreprise

### Créer un tiers-lieu en 12 étapes

#### Contenu

#### Le modèle économique

- Identifier le type de modèle économique par type de tiers-lieu.
- Comment dimensionner les charges en fonction du lieu, de ses services et de son modèle.

#### L'espace physique et les travaux

- Conception des plans et pilotage des architectes.
- Gestion des travaux.
- Choix du mobilier et pilotage de la conception de mobilier multi-usage.
- Décoration multi-ambiances.

#### L'espace numérique

- Garantir un accès à internet sécurisé et stable.
- Gérer l'espace, la communauté et enrichir l'expérience.
- Fournir des outils à votre communauté.

#### L'écosystème de partenaires

- Appréhender le fonctionnement d'un tiers-lieu.
- Comment veiller à une circulation harmonieuse des différents flux.
- Développer le plus de liens durables possibles avec L'ensemble des partenaires alignés avec le projet.
- Créer les liens et les contreparties.

## Création d'entreprise

Créer un tiers-lieu en 12 étapes

### Contenu

#### Les services

- Comment développer les services adaptés ?
- Développer des services.

#### Ressources humaines et harmonisation des intelligences multiples

- Créer des espaces physiques, numériques, un écosystème de partenaires, des services et des événements.
- Créer des échanges fertiles.
- Définissez les missions globales.
- Définissez des fiches de poste flexibles.
- Recrutez votre équipe.
- La formation continue.

#### Lancement et exploitation

- Définissez votre stratégie de lancement en fonction du profil et des besoins de votre communauté de clients.
- Etudiez les différents : Communication digitale,
- Comment faire une maintenance des lieux physiques et numériques.

#### Le développement

- L'ouverture de nouveaux espaces en location ou en acquisition.
- La création d'une licence de marque (payante ou gratuite).
- L'ouverture de succursales.
- La création d'une franchise.



## Ingénierie de formation

*Concevoir et animer une formation avec une pédagogie active*

### Résumé

 5 jours

 09h00 - 17h30

 Présentiel

 La Garde, 83130

 2500€ H.T

### Participants

Tous public

### Prérequis

- 3 ans d'expérience professionnelle minimum (n'importe quel domaine d'activité).
- BAC +2 minimum.
- Avoir un projet concret d'action de formation.

### Le plus de la formation

Créer votre formation de A à Z

### Objectifs pédagogiques

- Préparer et définir une action de formation en tenant compte des principes pédagogiques de la pédagogie active.
- Concevoir des supports pédagogiques attractifs et efficaces en appliquant les règles de lisibilité et de présentation qui facilitent l'apprentissage.
- Mettre en œuvre les différentes techniques d'animation.
- Intégrer les outils digitaux pour renforcer l'engagement des participants.
- Animer une séquence pédagogique en présentiel et en classe virtuelle.
- Évaluer les acquis et réguler son intervention.



## Ingénierie de formation

*Concevoir et animer une formation avec une pédagogie active*

### Contenu

- Ingenierie et pédagogie de formation pour concevoir une action de formation sur mesure**
  - Analyser une demande de formation & Recueillir les besoins et attentes.
  - Organiser l'action de formation en modules et séquences.
- Ingénierie pédagogique : méthodes, ressources, modalités & Evaluation**
  - Définir, élaborer et mettre en œuvre une stratégie d'évaluation.
  - Évaluer les acquis et adapter son intervention.
  - Concevoir des fiches d'évaluation.
- Formateur digital : initiation à la pédagogie avec les outils digitaux**
  - Utiliser les techniques pédagogiques et digitales adaptées
- Les fondamentaux de l'Animation**
  - Animer à partir d'un scénario pédagogique existant
  - Créer et utiliser des supports de formation
- Animer et gérer un groupe en Formation**
  - Identifier les facteurs clés de succès pour l'animation
  - Expérimenter des techniques variées.

## Ingénierie de formation

*Former au digital*

### Résumé

 7 jours	 09h00 - 17h30	 Présentiel
 La Garde, 83130	 2920€	

### Participants

Tous public

### Prérequis

- Aucun

### Objectifs pédagogiques

- Maîtriser les enjeux du distanciel pour bâtir des formations efficaces.
- Cadrer son projet de formation de choisir les modalités les plus adaptées.
- Créer des activités, des classes virtuelles et des contenus de formation engageants et à forte valeur ajoutée.
- Evaluer, faire vivre et évoluer sa formation autour de la montée en compétence de ses apprenants.

## Ingénierie de formation

*Former au digital*

### Contenu

#### ■ Identifier les enjeux et pratiques du digital learning

- Comprendre les nouveaux enjeux et comportements des consommateurs à l'ère du Digital
- Identifier les types de formation les plus adaptés à la digitalisation.
- Concevoir une idée business pérenne
- Identifier sa cible et son client idéal
- Recenser ses besoins fonctionnels et sélectionner les plus pertinentes au regard de ses attentes
- Trouver le modèle de revenu de sa solution
- Valider son idée

#### ■ Intégrer le digital et les réseaux dans votre pédagogie

- Identifier les usages pédagogiques des outils digitaux
- Intégrer le digital et les réseaux dans la conception.
- Répondre aux besoins du marché et adapter le format des formations : blended-learning
- Analyser ses propres freins et atouts face à la digitalisation
- Utiliser le digital pour une pédagogie ludique et interactive
- « Gamifier » un dispositif de formation.
- Evaluer les moyens nécessaires pour la mise en œuvre de la digitalisation
- Recenser les étapes et établir un planning d'actions permettant d'organiser la mise en œuvre et la diffusion de son offre de formation en ligne.
- Rédiger le cahier des charges de digitalisation de son offre de formation comportant des objectifs clairs, un budget réaliste et un planning d'actions cohérent.

## Ingénierie de formation

*Former au digital*

### Contenu

#### ■ Concevoir un module e-learning

- Découvrir les différents types de module
- Situer le e-learning dans son environnement technique et pédagogique
- Structurer et séquencer ses contenus de formation avec un scénario pédagogique et des « storyboards » et concevoir l'évaluation
- Elaborer le synopsis et rédiger le « storyboard »
- Mettre en scène les objectifs pédagogiques

#### ■ Animer une classe virtuelle

- Repérer les bonnes pratiques pour engager les participants
- Adapter ses « icebreakers » pour le distanciel
- Animer des classes virtuelles interactives et percutantes
- Rythmer et séquencer ses séances pour maintenir l'attention
- Développer une participation active en formation grâce à une application de « brainstorming et de sondage
- Engager ses apprenants avec activités ludiques
- Apprendre à poser sa voix et adapter sa posture

#### ■ Produire et mettre en ligne des outils digitaux

- Faire des participants des producteurs de connaissances et de pratiques
- Les vidéos face caméra
- Les contenus audios
- Les textes et supports Powerpoint
- Identifier le format idéal en fonction de son besoin
- Monter sa vidéo, la tester et la mettre en ligne
- Mettre les ressources en ligne
- Réaliser une séquence de e-learning à l'aide d'un outil adapté

## Ingénierie de formation

*Former au digital*

### Contenu

#### Évaluer et développer une formation en e-learning

- Analyser les habitudes et les pratiques commerciales en ligne pour identifier les leviers efficaces et les canaux de communication adaptés à la promotion de son offre de formation digitalisée
- Gérer une communauté d'apprenants dans la durée : suivre ses apprenants pendant et après la formation
- Collecter et analyser les évaluations de sa formation pour la faire évoluer
- Faire sa veille sur les modalités digitales
- Mettre en œuvre les conditions de réussite d'un dispositif mixte
- Tenir compte des contraintes et des risques techniques : accessibilité internet, autorisations D.S.I., équipements...
- Accompagner la formation à distance

#### Mise en place d'une stratégie de vente de sa formation en ligne

- Comprendre le fonctionnement d'un tunnel de vente
- Définir les messages à diffuser
- Etablir un plan de communication
- Provoquer l'engagement sur les réseaux sociaux
- Intégrer les techniques de webmarketing et Inbound marketing
- Générer du trafic et l'acquisition de nouveaux clients
- Créer une vidéo de vente
- Créer un webinaire
- Convertir ses prospects en clients
- L'email marketing



# BULLETIN D'INSCRIPTION ET CONVENTION DE FORMATION PROFESSIONNELLE



contact@ethics-formations.com



06.25.88.44.86


 City Var  
 11 avenue Roger Salengro  
 83130 La Garde

## Client

Entreprise ou particulier : \_\_\_\_\_

N° de siret : \_\_\_\_\_ Code APE : \_\_\_\_\_

Interlocuteur formation : \_\_\_\_\_ Fonction : \_\_\_\_\_

Adresse : \_\_\_\_\_

Tel : \_\_\_\_\_ Fax : \_\_\_\_\_

Mail : \_\_\_\_\_

 Reconnaissance de travailleur handicapé :  Oui  Non

## Participants

NOM PRENOM	FONCTION	MAIL

## Formation

Intitulé formation	Nb. de jours/heures	Dates	Montant H.T	Montant T.T.C	Montant T.V.A
<b>Total</b>					

## Facturation

 ENTREPRISE  PARTICIPANT  OPCO

La facture doit être libellée à l'ordre de :

Facture en fin de formation - Paiement à ...

Entre les soussignés :

1/ E.T.H.I.C.S

Situé 11 AV Roger Salengro - 83130 - La Garde.

Déclaration d'activité enregistrée sous le N° 93830638783

auprès du Préfet de la Région PACA.

Numéro SIREN de l'organisme de formation : 895091726

2/ et la société mentionnée au recto du

présent document. Ci-après dénommée « le client » ou

« l'entreprise » Est conclue la convention de formation

professionnelle suivante, en application des articles L.6353-1 et

R 6353-1 du Code du Travail :

**ARTICLE 1 : Objet**

En exécution de la présente convention, E.T.H.I.C.S s'engage à

organiser, sous réserve du nombre minimum de participants tel

que mentionné en article 5, les modules de formation

mentionnés au recto du présent document.

**ARTICLE 2 : Nature, programme et caractéristiques de l'action**
**de formation**

L'action de formation entre dans la catégorie des actions

prévues par l'article L6313-1 du Code du travail : action

d'adaptation et de développement des compétences,

d'entretien des connaissances, de qualification... Le contenu de

la formation est indiqué dans le programme préétabli joint à la

présente convention et qui a été remis au client préalablement.

**ARTICLE 3 : Engagement de participation**

L'Entreprise s'engage à assurer la participation à la formation

organisée par E.T.H.I.C.S des personnes mentionnées dans la

rubrique « participants » du bulletin d'inscription ci-contre.

**ARTICLE 4 : Niveau de connaissances préalables nécessaires**

Pas de niveau de formation requis

Autre

**ARTICLE 5 : Organisation de l'action de formation**

L'action de formation aura lieu à la (aux) date(s) indiquée(s) sur

le bulletin d'inscription. Elle est organisée pour un effectif de 3

stagiaires minimum et 12 maximum.

Les conditions générales dans lesquelles la formation est

dispensée sont les suivantes :

- Créneau horaire de la formation : 8h30-12h00 / 13h30-17h00

- Lieu : dans les locaux de City Var - 11 AV Roger Salengro 83130

La Garde.

- Les conditions détaillées dans lesquelles la formation est

dispensée, notamment les moyens pédagogiques, techniques et

d'encadrement utilisés sont présentés dans le programme joint.

- Les déjeuners sont libres et ne sont pas compris dans le coût

de la formation.

**ARTICLE 6 : Sanction de la formation**

La formation est sanctionnée par une attestation remise à l'issue

de la formation, intitulée : « Attestation de formation », elle est

délivrée au stagiaire conformément aux dispositions de l'article

L. 6353-1 du Code du Travail.

**ARTICLE 7 : Dédit / Annulation / Interruption de la formation**

En cas de règlement total ou partiel effectué par un opérateur

de compétences (OPCO), le client est garant de la présence du

(des) participant(s) à la formation et du paiement. Il appartient

donc au client de faire une demande de prise en charge et

d'envoyer tous les documents nécessaires à l'établissement de

son dossier à l'OPCO dont il dépend, et ce, avant le début de la

formation.

A compter de la date de signature de la présente convention, en
 cas d'annulation de la formation moins de dix jours ouvrés avant
 le début de la formation, 25% du montant total de celle-ci est dû à
 E.T.H.I.C.S.

100% du montant en cas d'annulation moins de deux jours ouvrés
 avant le début ou si la formation est commencée.

En cas de non réalisation totale ou partielle de la formation du fait
 de E.T.H.I.C.S, et en application des dispositions de l'article
 L.6354-1 du Code du travail, l'entreprise ne sera tenue de verser à
 la CCIT, au titre de la formation, que le prorata temporis des
 actions de formation effectivement suivies par ses salariés.

**ARTICLE 8 : Non sollicitation de collaborateurs**

Le client s'interdit d'engager ou de faire travailler d'aucune

manière, tout collaborateur ou formateur lié contractuellement à

CCIT pendant les trente-six mois qui suivent la signature de la

présente convention. Le non-respect de cette interdiction par le

client entrainera automatiquement et de plein droit le versement

à E.T.H.I.C.S d'une indemnité forfaitaire de cinquante mille euros

à titre de dommages et intérêts correspondant aux frais de

sélection, de recrutement, de transfert de compétences et aux

dommages résultant des engagements pris.

**ARTICLE 9 : Dispositions financières**

Le tarif de la formation est indiqué dans le bulletin d'inscription

au recto. Le déjeuner est libre, il n'est pas compris dans le tarif de

la formation. La facture sera libellée à l'entreprise.

Si la facture est adressée à un organisme mutualisateur, merci de

préciser le nom de l'organisme, l'adresse, le téléphone et le mail

sur le bulletin d'inscription au recto.

**ARTICLE 10 : Convocation et documents annexes**

Le(s) stagiaire(s) recevra (recevront) une convocation avec les

horaires et le lieu de la formation.

**ARTICLE 11 : Différend / Litige**

Si une contestation ou un différend n'a pas pu être réglé à

l'amiable entre les deux parties, seul sera compétent le tribunal

du ressort du siège de E.T.H.I.C.S.

Fais en double exemplaire, à La Garde, le

Pour l'entreprise

Nom / prénom et qualité du signataire « Atteste avoir
 reçu préalablement le programme de formation » .

Signature et cachet

Pour E.T.H.I.C.S

Gwenaëlle FOILLARD - Directrice E.T.H.I.C.S

 E.T.H.I.C.S  
 11 Avenue Roger Salengro La Garde 83130  
 N° SIREN : 895091726  
 N° SIRET : 89509172600011  
 N° APE : 8992A  
 Tel : 06 25 88 44 86  
 E-mail : contact@ethics-formation.com

Article 1 – Objet et champ d'application

1.1. Les présentes conditions générales de vente (les « CGV »), ont pour objet de définir les conditions dans lesquelles la Société E.T.H.I.C.S (E.T.H.I.C.S – SAS – RCS TOULON : 895 091 726 NAF : 8559A (« l'Organisme de formation ») consent au responsable de l'inscription, acheteur professionnel, et/ou participant à la formation (individuellement ou collectivement le « Client ») qui l'accepte, une formation issue de l'offre de formations de l'Organisme de formation (la « Formation »). Le Client et l'Organisme de formation sont respectivement individuellement la « Partie » ou collectivement les « Parties ». Les présentes CGV sont complétées par le règlement intérieur accessible sur le site Internet [www.ethics-formation.com](http://www.ethics-formation.com) Toute commande implique l'acceptation sans réserve par le Client des CGV. Sauf dérogation formelle et expresse de l'Organisme de formation, ces conditions prévalent surtout autredocument du Client, et notamment sur toutes conditions générales d'achat. Ces CGV sont susceptibles d'être mises à jour en cours d'exercice. Le site Internet [www.valeurs-et-talents.fr](http://www.valeurs-et-talents.fr) porte toujours la dernière version à la connaissance de tous. Ces modifications ne peuvent ouvrir de droit à aucune indemnité au profit du Client. 1.2. Ces CGV concernent les formations présentielle, incluant, ou non, des modules digitaux effectués par le Client à distance. Les formations présentielles peuvent être réalisées dans les locaux de l'Organisme de formation, dans des locaux loués par l'Organisme ou dans les locaux du Client. **Les formations concernées s'entendent des formations proposées aux catalogues et sur le site Internet de l'Organisme de formation (« Formations inter ») ainsi que des formations organisées à la demande du Client pour son compte ou pour le compte d'un groupe fermé de clients (« Formations intra »). Il est entendu que le terme "Formation" seul concerne chacun des types de Formations précitées.** Article 2 – Modalité d'inscription – Formations inter La demande d'inscription à une Formation inter doit être faite par le Client par l'un des moyens suivants : • L'envoi d'un email indiquant la demande d'inscription et contenant les coordonnées du Client (nom, prénom, fonction, adresse, raison sociale le cas échéant), ainsi que les dates, l'intitulé de la Formation, et le nombre de participants que le Client souhaite inscrire ; • L'envoi d'un bulletin complété et signé par le Client par télécopie, fax ou courrier. Toute commande est ferme et définitive. Pour toute inscription, un accusé de réception est adressé au Client dans les 48 heures qui suivent la réception de la demande d'inscription, accompagné d'une convention de formation. L'accusé ne vaut pas confirmation de la tenue de la Formation. Le Client devra retourner un exemplaire de la convention de formation, revêtu du cachet de l'entreprise, à l'Organisme de formation. Pour la qualité de la Formation, un nombre minimum et un nombre maximum de participants sont définis pour chaque Formation. L'Organisme de formation s'engage à ne pas dépasser le nombre prévu. L'Organisme de formation limite le nombre de participants à une douzaine de personnes environ – sauf cas particuliers. L'Organisme de formation annule le minimum de Formations inters et maintient ses Formations même avec un nombre réduit de participants, lorsque le thème s'y prête et si les conditions sont réunies. Dans le cas d'une Formation inter maintenue à effectif réduit, l'Organisme de formation valide avec le Client de nouvelles conditions de réalisation de la Formation. A confirmation de la tenue de la session au plus tard 7 jours ouvrés avant la Formation, le Client recevra une convocation et toutes informations pratiques relatives à sa Formation, dont les horaires exacts et le lieu de la Formation. Le lieu de Formation indiqué sur les supports de communication n'est pas contractuel. En fonction des salles disponibles, l'Organisme de formation peut convoquer les participants à une autre adresse dans le même secteur géographique.

Dans les 15 jours ouvrés qui suivent la Formation, l'Organisme de formation adresse aux personnes indiquées par le Client lors de la commande, la facture de la Formation ainsi que l'attestation de fin de Formation. Il appartient au Client de vérifier l'imputabilité de l'action de Formation. Formation. Il appartient au Client de vérifier \*l'imputabilité de l'action de Formation. 2.1 Formations intra Toute demande intra fait l'objet d'une proposition pédagogique et financière de l'Organisme de formation. L'acceptation formelle par le Client de cette proposition commerciale doit parvenir à l'Organisme de formation au moins 21 jours ouvrés avant la date de la première Formation. Celle-ci vaut commande définitive et emporte acceptation des CGV, des dates et lieux arrêtés de la Formation. A l'issue de la Formation, l'Organisme de formation adresse au Client : facture, copie de la liste d'émargement et évaluations. Lorsque les émargements ou évaluations sont effectués sur le support du Client, celui-ci s'engage à les communiquer à l'Organisme de formation. Article 3 – Modalités de Formation L'Organisme de formation est libre d'utiliser les méthodes et outils pédagogiques de son choix, qui relèvent de sa seule compétence. Les durées des formations sont précisées sur le site Internet et sur les documents de communication de l'Organisme de formation. Les Formations inters peuvent être assurées dans le Centre de formation de l'Organisme de formation ou dans un site extérieur. Les Formations intras peuvent être assurées dans les locaux du Client et avec les moyens logistiques qu'il fournit (a minima, un ordinateur, un vidéoprojecteur et un paperboard). Les participants des Formations réalisées dans le Centre de formation de l'Organisme de formation sont tenus de respecter le règlement intérieur du Centre. Si la formation se déroule hors du Centre de formation de l'Organisme de formation, les participants sont tenus de respecter le règlement intérieur de l'établissement d'accueil. L'Organisme de formation se réserve le droit, sans indemnité de quelque nature que ce soit, d'exclure à tout moment, tout participant dont le comportement gênerait le bon déroulement du stage et/ou manquerait gravement au règlement intérieur. L'Organisme de formation ne saurait être tenu responsable d'une quelconque erreur ou oubli constaté dans la documentation (ci-après "la Documentation") remise au Client, cette dernière devant être considérée comme un support pédagogique qui ne saurait être considéré comme un manuel pratique ou un document officiel explicitant la réglementation applicable. Par ailleurs, il est rappelé que les annexes documentaires fournies complètent la Formation et n'engagent en aucun cas l'Organisme de formation sur leur exhaustivité. Il est précisé en tant que de besoin que l'Organisme de formation n'est pas tenu d'assurer une quelconque mise à jour de la Documentation postérieurement à la Formation. Article 4 – Tarifs et conditions de règlement 4.1 – Tarifs Les prix sont indiqués en euros hors taxes. Tout stage ou cycle commencé est dû dans sa totalité. 4.1.1 – Formations inter Les prix des formations inter sont indiqués sur les supports de communication de l'Organisme et sur le bulletin d'inscription. Nos prix incluent les forfaits repas et pauses, pour davantage de confort pour vos participants, et une facilité de gestion pour le Client. Les frais de restauration et supports éventuellement inclus dans l'inscription font partie intégrante de la prestation et ne peuvent être décomptés du prix de vente. Les remises et offres commerciales proposées par l'Organisme de formation ne sont pas cumulables entre elles. 4.1.2 – Formations intra Les prix des formations intra sont indiqués sur la proposition commerciale adressée au Client. Les frais liés aux outils, matériels pédagogiques (dont dossiers documentaires et supports numériques), locations de salle, frais de déplacement et d'hébergement des formateurs ont facturés en sus.

4.2 – Conditions de règlement 4.2.1 – Les factures sont payables à réception ou le cas échéant selon l'échéancier convenu, sans escompte, par chèque ou virement. En cas de retard de paiement, des pénalités égales à trois fois le taux d'intérêt légal en vigueur seront exigibles de plein droit sans qu'un rappel soit nécessaire, ainsi qu'une indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement d'un montant de 40 euros. En cas d'absence ou de retard de règlement, l'Organisme de formation se réserve le droit de suspendre ou refuser toute nouvelle commande jusqu'à apurement du compte. L'Organisme de formation pourra refuser de délivrer la Formation concernée sans que le Client puisse prétendre à une quelconque indemnité, pour quelque raison que ce soit, ni bénéficier d'un quelconque avoir ou remboursement. Tout règlement ultérieur sera imputé par priorité à l'extinction de la dette la plus ancienne. 4.2.2 – En cas de prise en charge du paiement par un organisme collecteur, il appartient au Client : • De faire une demande de prise en charge avant le début de la Formation et de s'assurer de la bonne fin de cette demande ; • De l'indiquer explicitement sur son bulletin d'inscription ou sur sa commande en y indiquant les coordonnées complètes de l'organisme collecteur ; • De transmettre l'accord de prise en charge avant la date de Formation ; • De s'assurer de la bonne fin du paiement par l'organisme qu'il aura désigné. Si l'Organisme de formation n'a pas reçu la prise en charge de l'OPCO au 1er jour de la formation, le Client sera facturé de l'intégralité du prix de la Formation. Si l'organisme collecteur ne prend en charge que partiellement le prix de la Formation, le reliquat sera facturé au Client. En cas de non-paiement par l'organisme collecteur des frais de Formation, le Client sera redevable de l'intégralité du prix de la Formation et sera facturé du montant correspondant éventuellement majoré de pénalités de retard. Article 5 – Annulation, modification ou report des formations par l'Organisme de formation L'Organisme de formation se réserve le droit d'annuler ou de reporter une Formation, notamment lorsque le nombre de participants à cette Formation est jugé pédagogiquement inapproprié, et d'en informer le Client au plus tard 7 jours calendaires avant la date de la Formation. L'Organisme de formation n'est tenu à aucune indemnité d'aucune sorte. L'Organisme de formation se réserve le droit de remplacer un formateur défaillant par une personne aux compétences techniques équivalentes ou s'engage à reporter la Formation dans les meilleurs délais. Lorsque le report de la Formation à une date ultérieure n'est pas possible et qu'aucune autre session n'est programmée, l'Organisme de formation procède au remboursement de la totalité du prix, éventuellement remis, de la Formation à l'exclusion de tout autre coût. Si l'annulation intervient, sans report possible ni session ultérieure, à moins de 10 jours de la Formation, l'Organisme de formation s'engage à rembourser en sus, sur présentation des justificatifs, les frais de transport du Client qui n'aurait pu obtenir de remboursement direct de son transporteur. L'Organisme de formation peut être contraint d'annuler une Formation pour cas de Force Majeure, tels que définis par le Code civil, et s'engage à organiser une nouvelle session de Formation dans les meilleurs délais. Sont aussi considéré comme ayant le caractère de la force majeure, les grèves des réseaux de transport (e.g. le réseau SNCF, compagnie aérienne...) que le personnel de l'Organisme de Formation peut être amené à utiliser pour se rendre sur le lieu de la formation. Article 6 – Annulation, report de participation ou remplacement du participant par le Client 6.1 – Formation inter Le Client peut demander l'annulation ou le report de sa participation à une Formation inter, sans frais, si la demande formulée par écrit parvient à l'Organisme de formation au moins 15 jours ouvrés avant la date de la Formation. L'annulation ou le report est effectif après confirmation par l'Organisme de formation auprès du Client.

En cas d'annulation de sa participation par le Client après le 15ème jour ouvré précédant la date de début de la Formation, l'Organisme de formation facturera au Client la totalité du prix de la Formation. En cas d'absence à la Formation, de retard, de participation partielle, d'abandon ou de cessation anticipée pour tout autre motif que la force majeure dûment reconnue, le Client sera redevable de l'intégralité du montant de sa Formation. En cas d'absence pour raisons de santé justifiée par un Certificat médical, le participant défaillant pourra reporter son inscription sur la prochaine session programmée. A défaut, il sera redevable de l'intégralité du prix de la Formation. Sauf cycles ou parcours de formation déjà commencé, le Client peut demander le remplacement du participant, sans frais, jusqu'à la veille de la Formation. La demande de remplacement doit parvenir par écrit à l'Organisme de formation et comporter les noms et coordonnées du remplaçant. Il appartient au Client de vérifier l'adéquation du profil et des objectifs du participant avec ceux définis dans le programme de la formation. 6.2 – Formations intra Le Client peut demander l'annulation ou le report d'une formation intra. Si cette demande parvient à l'Organisme de formation, par écrit, au moins 21 jours ouvrés avant la date de la Formation, seuls les frais engagés au titre de la préparation (notamment préparation par le formateur et l'équipe pédagogique, location de salle, déplacement, hébergement) seront facturés au Client. Si cette demande parvient à l'Organisme de formation entre 20 et 10 jours ouvrés avant la date de la Formation, le Client sera facturé de 50% du prix de la Formation, auxquels s'ajoutent les frais engagés au titre de la préparation (indiqués ci-dessus). Si cette demande parvient à l'Organisme de formation moins de 10 jours ouvrés avant la Formation, le Client sera facturé de 100% du prix de la Formation, auxquels s'ajoutent les frais engagés au titre de la préparation. Ces frais sont non imputables par l'entreprise à la contribution financière obligatoire de formation. Article 7 – Propriété intellectuelle et droits d'auteur Les supports papiers ou numériques remis lors de la Formation ou accessibles en ligne dans le cadre de la Formation sont la propriété de l'Organisme de formation. Ils ne peuvent être reproduits partiellement ou totalement sans l'accord exprès de l'Organisme de formation. L'ensemble des textes, commentaires, ouvrages, illustrations et images reproduits sur ces supports sont protégés par le droit d'auteur et pour le monde entier. Toute autre utilisation que celle prévue aux fins de la Formation est soumise à autorisation et préalable de l'Organisme de formation sous peine de poursuites judiciaires. Le Client s'engage également à ne pas faire directement ou indirectement de la concurrence à l'Organisme de formation en cédant ou en communiquant ces documents. Article 8 – Renseignements et réclamations Toute commande, demande d'information ou réclamation du Client relative aux CGV devra être formulée par écrit à l'Organisme de formation (adresse postale : ML CONSEIL & FORMATION – 3Ter av des villages , 44470 Carquefou – mickael.loeuille@gmail.com), qui s'efforcera d'y répondre dans les meilleurs délais. Article 9 – Responsabilité Le Client est seul responsable de la consultation, du choix de la formation fournie par l'Organisme de formation. La responsabilité de l'Organisme de formation ne peut être engagée qu'en cas de faute ou de négligence prouvée et sera limitée aux préjudices directs subis par le Client, à l'exclusion de tout préjudice indirect, de quelque nature que ce soit et notamment toute perte de chance, de clientèle, de résultat, d'exploitation, préjudice commercial. En tout état de cause, au cas où la responsabilité de l'Organisme de formation serait retenue, le montant total de toute somme mises à la charge de l'Organisme de formation ne pourra excéder le montant total du prix payé par le Client au titre de la Formation concernée. Article 10 – Données Personnelles

10.1 – E.T.H.I.C.S prend très au sérieux le respect de la vie privée et la protection des données à caractère personnel de ses Clients et s'engage à mettre en œuvre les mesures adéquates pour assurer la protection des données à caractère personnel (ci-après les « Données ») et à traiter et utiliser de telles données dans le respect des dispositions applicables et notamment du Règlement Européen 2016/679 du 27 avril 2016 et de la loi n° 78-17 modifiée du 6 janvier 1978, dite « Loi Informatique et libertés » (ci-après les « Dispositions applicables »). 10.2 – Les Données sont conservées pendant la durée strictement nécessaire à l'accomplissement des finalités. Pour les stricts besoins de la gestion des relations commerciales, ces données peuvent être communiquées à nos partenaires. Toute personne physique dispose des droits d'accès, de rectification, d'effacement, de portabilité des Données ainsi que de limitation et d'opposition au traitement et d'organisation du sort de ses Données après son décès. En cas d'exercice du droit d'opposition, toute communication auprès du Client (à l'exclusion de la gestion de son compte) cessera. 10.3 – Si le Client transmet et/ou intègre des Données nécessaires à la fourniture d'une Formation, le Client aura la qualité de Responsable de traitement. En sa qualité de sous-traitant, l'Organisme de formation s'engage à traiter les Données conformément aux instructions documentées du Client et uniquement pour la seule finalité de fournir la Formation. Si l'Organisme de formation considère qu'une instruction constitue une violation aux Dispositions applicables, il en informe immédiatement le Client. Par exception, si l'Organisme de formation peut être tenu de traiter les Données du Client en vertu des Dispositions applicables, alors l'Organisme de formation informera le Client de cette obligation juridique avant le traitement, sauf si le droit concerné interdit une telle information. L'Organisme de formation garantit la confidentialité des Données traitées dans le cadre de la Formation. L'Organisme de formation s'engage à veiller à ce que les personnes autorisées à traiter les Données reçoivent la formation nécessaire en matière de protection des données à caractère personnel et s'engagent à respecter la confidentialité ou soient soumises à une obligation légale appropriée de confidentialité. L'Organisme de formation s'engage à prendre en compte, s'agissant de ses outils, produits, applications ou services, les principes de protection des données dès la conception et de protection des données par défaut. L'Organisme de formation s'engage à mettre en place les mesures techniques et organisationnelles adéquates afin de protéger l'intégrité et la confidentialité des Données stockées. L'Organisme de formation s'engage à présenter des garanties suffisantes pour assurer la mise en œuvre des mesures de sécurité et de confidentialité au regard de la nature des Données et des risques présentés par le traitement. Les Données sont conservées uniquement le temps nécessaire pour la finalité poursuivie. L'Organisme de formation s'engage, au choix du Client, à détruire ou renvoyer les Données au terme de la Formation, et justifier par écrit auprès du Client qu'il n'en conservera aucune copie. Article 11 – Divers 11.1 – Si l'une quelconque des clauses des CGV était déclarée nulle, elle serait réputée non écrite mais n'entraînerait pas la nullité ni des présentes CGV ni de la Formation concernée. 11.2 – Le fait de ne pas revendiquer l'application de l'une des dispositions des CGV ou d'acquiescer à son inexécution, de manière permanente ou temporaire, ne peut être interprété comme valant renonciation à son application. 11.3 – Le Client s'engage à considérer comme strictement confidentiel et s'interdit de divulguer, toute information, document, donnée ou concept, dont il pourrait avoir connaissance dans le cadre de la Formation (notamment remises accordées par l'Organisme de formation, modalités spécifiques de la Formation, échanges entre les clients).

11.4 – L'Organisme de formation est autorisé à sous-traiter pour partie ou totalement l'exécution des prestations objets du présent contrat. Toutes les obligations du Client qui en découlent ne valent qu'à l'égard de l'Organisme de formation, lequel demeure responsable à l'égard du Client de toutes les obligations résultant du présent contrat. 11.5 – L'Organisme de formation est autorisé à utiliser la dénomination sociale, le nom commercial et/ou les marques du Client, et le cas échéant du groupe dont il fait partie, comme référence commerciale sur tout support ou à toute occasion dans un but marketing et/ou publicitaire sans autorisation préalable du Client. 11.6 – Dans le cadre de l'exécution des présentes, les Parties exercent et exerceront leurs activités de manière indépendante sans que, notamment, cela puisse être interprété comme créant entre elles un lien de subordination ou une société de fait. 11.7 – Le Client ne pourra tenter aucune action, quels qu'en soient la nature ou le fondement, plus d'un an après la survenance de son fait générateur. 11.8 LES PRESENTES CGV SONT REGIES PAR LE DROIT FRANÇAIS. TOUT LITIGE SE RAPPORTANT A SON EXECUTION OU A SON INTERPRETATION SERA DE LA COMPETENCE EXCLUSIVE DU TRIBUNAL DE COMMERCE DE TOULON, MEME EN CAS DE REFERE, L'APPEL EN GARANTIE OU DE PLURALITE DEDEFENDEURS.

## Se former en ligne depuis chez soi

Des formations 100 % à distance

## Les formations en réalité virtuelle

### FULL DIGITAL

Apprenez l'essentiel depuis chez vous, combinant formation, classes virtuelles et séquences d'entraînement

### CLASSE VIRTUELLE

Véritable classes à distance depuis votre ordinateur, un environnement d'enseignement et d'apprentissage dans lequel vous interagissez

### BLENDED LEARNING

Un mixte combinant deux modalités d'apprentissage, le E-learning avec l'apprentissage en ligne et le présentiel

### RÉALITÉ VIRTUELLE

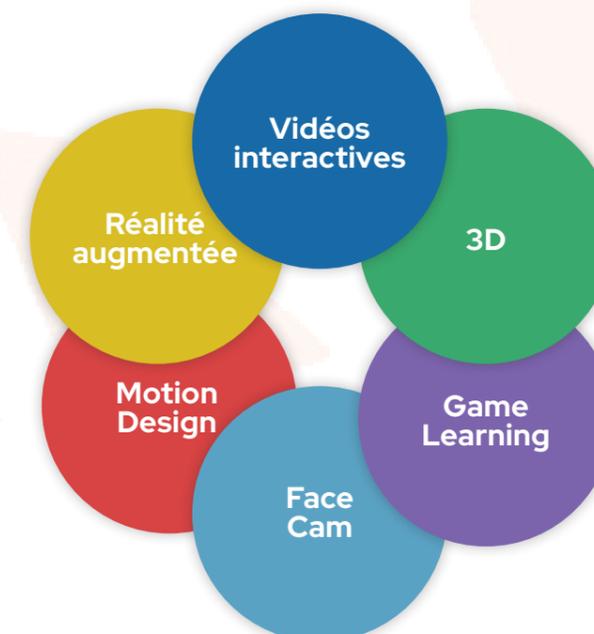
Rentrez dans la nouvelle ère du virtuel pour acquérir des compétences dans un environnement adapté

E.T.H.I.C.S révolutionne la façon de se former grâce à la Réalité Virtuelle. Vos collaborateurs apprennent par la pratique et développent de nouvelles compétences plus rapidement grâce à nos méthodes pédagogiques.

### Les avantages :

- Générer une plus grande motivation des apprenants
- Garantir une parfaite mise en condition
- Assurer l'efficacité et la rapidité des apprentissages
- Permettre aux apprenants de s'exercer à l'infini
- Proposer une approche interactive
- Recréer des conditions à la demande
- Éliminer les risques liés à la sécurité

Nous avons créé un environnement de formation entièrement digitalisé où nous proposons les outils digitaux suivants :





## Suivi sur mesure : Conseil et Développement

Dans le cadre du Plan de Développement des compétences, le cabinet de conseil et formations ETHICS accompagne les Dirigeants et leurs salariés dans leur progression, leur ascension et leur restructuration.

### Diagnostic stratégique sur site

Afin d'identifier les besoins précis du Client, les consultants experts de la société ETHICS procèdent à un diagnostic stratégique en entreprise. L'ensemble du personnel est audité de façon transversale.

L'analyse objective des experts consultants d'ETHICS constitue un véritable outil d'accompagnement à la prise de décision du Dirigeant.

### Conseils

Le rapport d'analyse stratégique est remis en mains propres au(x) Dirigeant(s). Une phase de conseils et un planning de formations annuel et ou pluri annuel est alors organisé. Les besoins identifiés donnent lieu à des formations spécifiques et personnalisées sur site.



06 25 88 44 86- [contact@ethics-formation.com](mailto:contact@ethics-formation.com)



**E.T.H.I.C.S**  
Entreprendre, c'est Innover

**11 avenue Roger Salengro**

**[www.ethics-formation.com](http://www.ethics-formation.com)**

**[contact@ethics-formation.com](mailto:contact@ethics-formation.com)**



06 25 88 44 86- [contact@ethics-formation.com](mailto:contact@ethics-formation.com)