

# Catalogue de formations

*Favorisez les conditions propices  
à l'émergence des compétences*



## **MARKETING & COMMUNICATION**

- Web et réseaux sociaux
- Communication
- Transition numérique

## **RH & MANAGEMENT**

- Ressources humaines
- Management du travail
- Santé, sécurité et qualité de vie au travail
- Bienveillante et efficacité professionnelle

## **PRÉVENTION**

- Prévention des risques
- Habilitations Électriques
- Qualité, hygiène et sécurité alimentaire
- Diététique et nutrition

## **INFORMATIQUE - INTERNET**

- Informatique
- Bureautique
- Création site Internet

## **VENTE**

- Développement commercial B2B
- Développement du point de vente
- Vendre avec Internet et les réseaux sociaux

## **CONDUITE DE PROJET**

- Projets associatifs
- Projets territoriaux
- Créativité industrielle

## **GENIE CIVIL**

- Réseau Fibre Optique

## **PHOTOGRAPHIE**

- Photographie immobilière
- Photographie de produits
- Photographie avec un smartphone



**LE PERISCOP**

COOPERATIVE D'ENTREPRENEURS

# Formations marketing et communication

**LE PERISCOP**

Société coopérative d'entrepreneurs | 18 bd Paul Perrin 44600 Saint-Nazaire | Siret : 803 193 440 00028  
Activité de formation enregistrée à la Direccte des Pays de la Loire sous le n°52 44 07335 44

## **PUBLIC**

Dirigeants, collaborateurs en marketing, communication, community management, accueil & assistantat.

## **OBJECTIFS**

- Organiser sa visibilité sur Internet
- Maîtriser la curation de contenu
- Maîtriser l'outil web de programmation de publications.

## **PÉDAGOGIE & EVALUATION**

Cette formation est animée de manière dynamique et participative. Une place est réservée aux cas pratiques. Un formulaire d'auto-évaluation permet au stagiaire de situer l'acquisition des compétences à la fin de la session.

## **DURÉE MODULABLE**

2 jours (14h)

## **FORMATEUR RÉFÉRENT**

Florian Buineau

***Mettre fin à la page blanche "que vais-je dire aujourd'hui sur Facebook ?" et atteindre le don d'ubiquité : vous êtes en train de travailler sur un dossier et simultanément des publications [que vous avez écrites] se diffusent automatiquement sur vos comptes Facebook, Twitter et autres réseaux sociaux. Vos publics gardent ainsi votre offre en mémoire.***

## **PROGRAMME**

### **Les problématiques organisationnelles**

- Surinformation
- Gestion informationnelle par la veille

### **Maîtriser la curation de contenu**

- Origine
- Les 4 étapes de la curation
- Finalité : être visible et utile
- Vos bénéfiques (gain de temps)

### **Automatiser sa veille de contenu**

- Ligne éditoriale
- Ce qui intéresse vos publics
- Définition du champ de veille
- Automatisation des requêtes

### **Rationaliser la consultation de sa veille**

- Parcours des résultats
- Prévoir 30 min dans la semaine
- L'information collaborative en interne

### **Publier automatiquement sur vos réseaux sociaux**

- Prise en main de l'outil
- Programmation

### **Publier des contenus de tiers sur votre site web / blog**

- Types de publications possibles
- Respecter l'auteur et la réglementation.

## **PUBLIC**

Tous

## **OBJECTIFS**

- Maîtriser le type de formulation dans le contexte donné.
- Acquérir les techniques sur le fond et la forme de la rédaction
- Adapter son écrit au support

## **PEDAGOGIE**

Cette formation est animée de manière dynamique et participative. Une place est réservée aux cas pratiques. Vous travaillez sur votre situation et celle de votre entreprise tout en bénéficiant des apports de méthode du formateur.

## **DURÉE MODULABLE**

1 jour à 3 jours selon niveau et objectifs

## **FORMATEUR REFERENT**

Florian Buineau

*Identifier et appliquer les bases d'une écriture simple, claire et efficace afin de structurer, de synthétiser un écrit et de franchir rapidement l'obstacle de la page blanche. L'approche est adaptée au(x) support(s) utilisé(s) par les stagiaires : lettre, e-mail, diaporama, web, etc.*

## **PROGRAMME**

### **Contexte de l'écrit en 2016**

- surinformation
- nécessité de soigner ses écrits

### **Le contenu du message**

- la règle QQQQCP pour ne rien oublier

### **La structure**

- la structure du courrier
- les règles de lisibilité de vos écrits
- la structuration du message

### **Bien écrire**

- les règles pour un écrit simple
- exercices applicatifs

### **Les formules**

- civilité & abréviation
- formules introductives, d'exposition, d'objection, de conclusion
- formules de politesse
- formules maladroites à bannir !

### **Soigner la forme**

- Ponctuation
- Les règles typographiques

### **L'accord du participe passé**

### **Les autres supports**

- e-mail
- diaporama

## **PUBLIC**

Tous publics.

## **OBJECTIFS**

- Penser "internaute" & "search"
- Savoir rédiger pour le web
- Organiser son plan éditorial

## **PEDAGOGIE**

Cette formation est animée de manière dynamique et participative. Une place est réservée aux cas pratiques. Vous travaillez sur votre situation et celle de votre entreprise tout en bénéficiant des apports de méthode du formateur.

## **DURÉE MODULABLE**

2 jours (14 h)

## **FORMATEUR REFERENT**

Florian Buineau

*Cette formation permet d'adapter son style d'écriture au mode accéléré de lecture des internautes. L'apprenant intègre également les tenants et aboutissants pour rédiger des contenus optimisés pour le référencement naturel de son site web sur les moteurs de recherche. Enfin, il acquiert des [techniques de création de contenus \(livre blanc, vidéo témoignages\)](#).*

## **I. Structurer son écriture**

- Masque d'article (balises)
- La technique du silo
- Premier lecteur : Google
- Deuxième lecteur : l'internaute

## **II. Enrichir ses contenus de mots-clés**

- Choix des mots-clés
- Longue traîne
- Outils SEO

## **III. Comportement des internautes**

- L'infobésité et ses conséquences
- Comment écrire pour capter ses lecteurs
- Maillage interne, interactivité et partages

## **IV. Rédiger pour le web en 10 étapes**

PRATIQUE : rédaction d'article(s)

## **V. Les différents types de contenus**

- Article, tutoriel, interview...
- Billets de blog, e-mailings, newsletters
- [Le plan éditorial](#)
- [La rédaction de livres blancs](#)
- [Les témoignages vidéos](#)
- [Le tableau de bord éditorial](#)

## **PUBLIC**

Equipe dirigeante  
Equipe marketing et communication  
Community / knowledge managers

## **OBJECTIFS**

- Trouver les mots-clés pertinents pour atteindre ses objectifs de veille
- Savoir composer une requête contextuelle
- Configurer son navigateur pour générer une veille automatique
- Rationaliser son temps de veille

## **PEDAGOGIE**

Cette formation est animée de manière dynamique et participative. Une place est réservée aux cas pratiques. Vous travaillez sur votre situation et celle de votre entreprise tout en bénéficiant des apports de méthode du formateur.

## **DURÉE MODULABLE**

1 jour (7 h) à 2 jours (14h)

## **FORMATEUR REFERENT**

Florian Buineau

*Cette formation permet de maîtriser les techniques web pour obtenir des réponses appropriées sur Internet. En paramétrant son navigateur Internet, le stagiaire fait remonter automatiquement des résultats de veille qu'il peut consulter rapidement chaque jour ou chaque semaine. Il devient maître de l'information dans son organisation : il la partage en interne et s'en sert comme aide objective à la prise de décision.*

## **PROGRAMME**

### **Définir sa stratégie de veille**

- Définir ses objectifs de veille
- La requête : mot-clé + source + technique
- Que surveiller ? Définir son champ de veille

### **Focus sur les veilles spécialisées**

- la veille sectorielle
- la veille clients/usagers
- la veille de contenu
- la veille concurrentielle
- la veille réglementaire
- la veille technologique
- la veille e-réputationnelle

- la veille de partenaires
- autre spécialité selon besoin du stagiaire

### **Mettre en place sa veille automatique**

- Déterminer ses requêtes pertinentes
- Bâtit l'arborescence de ses dossiers de veille
- Configurer le navigateur Internet

### **L'organisation de la veille**

- Le temps dédié à la veille (15 min / sem)
- Le circuit interne de diffusion de l'information
- La mise à jour de sa veille

## **PUBLIC**

Tout public

## **OBJECTIFS**

- Savoir rédiger un objet et un corps d'email
- Maîtriser les techniques pour inciter au clic
- Prendre en main un outil de création d'e-mail.

## **PEDAGOGIE**

Cette formation est animée de manière dynamique et participative. Une place est réservée aux cas pratiques. Vous travaillez sur votre situation et celle de votre entreprise tout en bénéficiant des apports de méthode du formateur.

## **DURÉE MODULABLE**

1 jour (7 h)

## **FORMATEUR REFERENT**

Florian Buineau

*Prospecter avec un e-mailing, fidéliser avec une newsletter, découvrez les techniques pour que vos e-mails soient ouverts, lus et cliqués, avec des outils simples et rapides.*

## **PROGRAMME**

### **I La segmentation de la base de données**

- Analyse des données
- Identifier ses publics cibles
- Développer une segmentation sur le site

### **II Conseils de rédaction**

- Définir sa ligne éditoriale
- Rédiger un objet qui déclenche l'ouverture
- Rédiger l'emailing avec brieveté

### **III La performance de la newsletter**

- Comment fidéliser avec la newsletter
- Les test A/B
- Le KPI : taux de désabonnement

### **IV La mise en forme**

- L'image
- Le texte
- Les titres
- Le placement des liens
- Les boutons sociaux

### **V Emailing sur le mobile**

- L'email en mobilité



## **PUBLIC**

Équipe webmarketing, marketing et communication  
Equipe dirigeante

## **OBJECTIFS**

- Maîtriser l'environnement des Réseaux sociaux
- Définir une ligne éditoriale spécifique
- Animer/modérer sa communauté
- Définir ses indicateurs clés de performance et bâtir son tableau de suivi

## **PEDAGOGIE**

Cette formation est animée de manière dynamique et participative. Une place est réservée aux cas pratiques. Vous travaillez sur votre situation et celle de votre entreprise tout en bénéficiant des apports de méthode du formateur.

## **DURÉE MODULABLE**

3 jours (21h)

## **FORMATEUR REFERENT**

Florian Buineau

*Comprendre l'environnement des réseaux sociaux et la manière pour une marque de s'adresser à leurs utilisateurs, définir ses objectifs, délimiter son rôle et son activité, organiser son temps dans l'édition de contenus, acquérir des leads,... Cette formation vous permettra d'apprendre à développer votre notoriété, votre image et indirectement votre chiffre d'affaires grâce aux réseaux sociaux.*

## **PROGRAMME**

### **« Culture RS » : Comprendre l'environnement**

- L'état de la relation-client en 2017
- Le blog, Twitter, FB, LinkedIn, Pinterest...
- Règles formelles & informelles du CM
- Stratégie globale et RS > digital company.

### **Stratégie des réseaux sociaux**

Stratégie d'acquisition :

- Définir le tunnel de conversion
- Comment acquérir naturellement des fans ?
- Le cas du trafic payant – publicité Facebook.

Stratégie éditoriale :

- le choix éditorial / marque / réseau social
- Comment animer sa communauté ?
- La gestion des commentaires négatifs

Stratégie de contenu :

Ecrire des publications de marque engageantes ?  
(likes, commentaires, partages)

### **Organiser l'équipe et le community manager**

- L'organisation du temps, de l'équipe
- Le choix des axes et du sourcing
- Apprentissage des outils de publication

### **Suivi-Evaluation-Retour sur investissement**

- Définition des KPI
- cas pratique

## **PUBLIC**

Dirigeants, collaborateurs en marketing, communication, ventes, assistantat.

## **OBJECTIFS**

- Posséder une vue globale de la communication digitale
- Sélectionner une action sur le web en pertinence avec son contexte
- Mettre en oeuvre sa stratégie

## **PEDAGOGIE**

Cette formation est animée de manière dynamique et participative. Une place est réservée aux cas pratiques. Vous travaillez sur votre situation et celle de votre entreprise tout en bénéficiant des apports de méthode du formateur.

## **DURÉE MODULABLE**

1 jour (7h)

## **FORMATEUR REFERENT**

Florian Buineau

*Cette formation amène le stagiaire à identifier les problématiques de son activité et à définir un plan d'actions sur Internet, via des objectifs et des moyens de communication web. L'apprenant appréhende les différents supports et canaux de communication digitale, en découvre les atouts et limites, afin de sélectionner ceux qui sont efficaces pour son contexte de communication.*

## **PROGRAMME**

### **L'analyse stratégique numérique**

- la stratégie globale, marché, concurrents
- la problématique de com digitale
- l'objectif de com digitale

### **Panorama de la com digitale**

- Différencier visibilité, acquisition, conversion
- Les supports Internet : sites web, blogs, forums, réseaux sociaux.
- Panorama de la communication digitale
  - trafic gratuit
  - trafic payant

### **La rédaction du plan d'action**

- cibles
- moyens
- budget
- planning
- évaluation

### **Analyser la performance de ses actions**

- Les statistiques à privilégier
- Valoriser ses résultats

# Le référencement payant et Google Adwords (1er niveau)

## **PUBLIC**

Toute personne souhaitant se sensibiliser au référencement payant et à la visibilité de son site internet

## **Prérequis**

Bonne connaissance de l'outil informatique, connaître la stratégie de son entreprise (objectifs du référencement payant) et être habilité à la mettre en place sur internet

## **OBJECTIFS**

- Réussir ses premières campagnes sur Adwords,
- Générer du trafic ciblé sur son site Web et mesurer le ROI

## **COMPÉTENCES VISÉES**

- créer une campagne Google Adwords
- définir des objectifs

## **PÉDAGOGIE**

Cas pratique

## **DURÉE MODULABLE**

1 à 2 journée

## **FORMATEUR REFERENT**

Laetitia Gauthier / Dominique Violain

*A la fin de cette formation, vous serez capable de mettre en place la stratégie de l'entreprise sur Google Adwords et de créer des campagnes Adwords.*

## **PROGRAMME**

### **Utiliser les liens sponsorisés**

- Principe et enjeux du référencement payant
- Les annonces publicitaires et leurs supports d'affichage
- La régie Google Adwords

### **Définir sa stratégie de campagne**

- Définir des objectifs (vente, trafic...)
- Choisir sa période de diffusion et son ciblage géographique
- Déterminer son budget et sa stratégie d'enchères
- Définir ses indicateurs clés de performance
- Architecture de compte et structuration des campagnes

### **Créer et mettre en ligne une campagne Adwords**

- Paramétrer sa campagne (facturation, budget, ciblage géographique, mode de diffusion)
- Structurer sa campagne
- Choisir les mots-clés et leur ciblage
- Déterminer ses enchères
- Rédiger ses annonces
- Exploiter les extensions d'annonces (lieu, appel, liens annexes, avis, produits...)
- Paramétrer le tracking statistique (marqueur de conversion, Google Analytics).

### **Optimiser la performance de la campagne Adwords (niveau 2)**

- Suivre la performance de la campagne en fonction des objectifs définis
- Mettre en œuvre des actions correctives
- Savoir faire vivre sa campagne dans le temps

## **PUBLIC**

Toute personne souhaitant se sensibiliser au référencement et à la visibilité de son site internet

## **Prérequis**

Bonne connaissance de l'outil informatique, connaître la stratégie de son entreprise (objectifs du site internet), être habilité à la mettre en place sur internet, et être autonome pour la mise à jour des contenus de son site internet

## **OBJECTIFS**

- Connaître les clés du référencement et savoir les appliquer à son site internet,
- Interpréter les statistiques pour mettre en œuvre des actions d'amélioration

## **COMPÉTENCES VISÉES**

- savoir lire et analyser vos statistiques
- définir des objectifs

## **PÉDAGOGIE**

Cas pratique

## **DURÉE MODULABLE**

1 à 2 journée

## **FORMATEUR REFERENT**

Laetitia Gauthier / Dominique Violain

*A la fin de cette formation, vous serez capable de savoir lire et analyser vos statistiques, analyser le trafic de votre site Web et mesurer le ROI.*

## **PROGRAMME**

### **Clés du référencement**

- Principes et enjeux du référencement
- Qu'est ce que le référencement ?
- Pourquoi le référencement ?

### **Fonctionnement général de Google Analytics**

- Comment accéder à l'interface Google Analytics : les repères indispensables
- A quoi ressemble le code de tracking ?
- La gestion des filtres et des utilisateurs : comment ajouter un utilisateur ? administrateur ou accès au rapport

### **Principales notions**

- Les indicateurs de performances de base : visites / visiteurs, pages vues, pages par visite, etc.

- Les sources de trafic
- Les indicateurs avancés

### **Trier et analyser les données**

- Connaître les pages les plus consultées
- Analyser les pages par titre et par URL
- Comprendre quelles sont les pages de destination et les pages de sortie
- Appréhender l'outil d'analyse de pages web

### **Interpréter les statistiques pour mettre en œuvre des actions d'amélioration (niveau 2)**

- Créer des alertes
- Définir des objectifs et des entonnoirs de conversion
- Créer des rapports avancés
- Exploitation des données du tag e-commerce (marqueur de conversion)

## **PUBLIC**

Tous publics.

## **OBJECTIFS**

- Rester COHÉRENT dans l'approche multi-canal
- Raisonner GLOBAL
- MAÎTRISER le résultat

## **PÉDAGOGIE**

Cette formation est animée de manière dynamique et participative. Une place est réservée aux cas pratiques. Vous travaillez sur votre situation et celle de votre entreprise tout en bénéficiant des apports de méthode du formateur.

## **DURÉE MODULABLE**

3 jours (21 h)

## **FORMATEUR RÉFÉRENT**

Anne Chalard

*Cette formation permet d'apprendre à bâtir une stratégie de communication.*

*A travers une méthodologie pragmatique, vous apprendrez à créer et structurer la démarche de stratégie de communication, en cohérence avec la stratégie d'entreprise et le marché dans laquelle elle évolue. Et surtout, vous saurez piloter précisément les actions en fonction de leurs objectifs et des priorités.*

### **I. Organiser une veille stratégique**

- Marché ET hors marché
- Quelle info retenir ?
- Ramener la veille stratégique dans le contexte de la stratégie d'entreprise
- Déterminer des pistes pertinentes pour l'entreprise

### **II. Identifier la stratégie de communication**

- Identifier les cibles in/directes et les canaux de contacts en 360 degrés
- Définir les objectifs et messages par cible en multi-canal
- Transformer un canal de contact en canal de communication
- Organiser ces messages dans la durée
- Brand content ou Personal Branding ?
- Penser contenu

### **III. Construire un budget de communication**

- Déterminer les contenus à créer en multi formats par cible et par canal
- Identifier les prestataires et médias off/on line
- Identifier des pistes d'optimisation de budget

### **IV. Evaluer la charge opérationnelle**

- Définir les profils métier inhérents aux axes de communication sélectionnés
- Préciser la récurrence des messages
- Penser l'organisation humaine et digitale

### **V. Réunir et former une équipe de production de contenus**

- La définition et l'organisation des besoins
- Le recrutement des prestataires
- Le management de l'équipe de prestataires
- Maîtriser le respect des objectifs dans les livrables

## **PUBLIC**

Tous publics.

## **OBJECTIFS**

- Respecter le TIMING
- MAÎTRISER les objectifs de l'idée au résultat

## **PÉDAGOGIE**

Cette formation est animée de manière dynamique et participative. Une place est réservée aux cas pratiques. Vous travaillez sur votre situation et celle de votre entreprise tout en bénéficiant des apports de méthode du formateur.

## **DURÉE MODULABLE**

5 jours (35 h)

## **FORMATEUR RÉFÉRENT**

Anne Chalard

*Cette formation permet d'apprendre à alimenter une stratégie de communication par la création de contenu. A travers une méthodologie pragmatique, vous apprendrez à créer, structurer du contenu, l'organiser et maîtriser son résultat.*

### **I. Identifier la stratégie de communication**

- Brand content ou Personal Branding ?
- Définir les objectifs et messages par cible en multi-canal

### **I. Organiser les prises de parole de l'entreprise**

- Déterminer les contenus à diffuser / à produire
- Structurer ces messages ou contenus, dans la durée
  - a. dans un calendrier 360 degrés
  - b. par canal, off et on line
  - c. par cible

### **II. Piloter la production du contenu**

- Relier à ce calendrier de prise de parole un rétro-planning de production
- Déterminer les compétences inhérentes aux contenus et l'organisation interne/externe

### **V. Réunir et former une équipe de production de contenus**

- Définir et organiser les besoins
- Bien choisir ses prestataires
- Bien les recruter
- Maîtriser le brief auprès des prestataires
- Manager les prestataires
- Maîtriser le respect des objectifs dans les livrables



Formations

# RH et management

**LE PERISCOP**

Société coopérative d'entrepreneurs | 18 bd Paul Perrin 44600 Saint-Nazaire | Siret : 803 193 440 00028  
Activité de formation enregistrée à la Direccte des Pays de la Loire sous le n°52 44 07335 44

## **PUBLIC**

Dirigeants  
Responsables Ressources Humaines

## **OBJECTIFS**

- Faciliter le choix de recours  
- Sécuriser l'exécution et la fin des contrats de travail

## **COMPÉTENCES VISÉES**

- Connaître ce qui est utile  
- Respecter les droits et devoirs  
- Adapter ce qui est permis

## **PÉDAGOGIE**

Approche opérationnelle et participative.

## **DURÉE MODULABLE**

2 jours (14 h) selon le cahier des charges

## **FORMATEUR RÉFÉRENT**

Frédérique DOLBEAU

## **Cadre de la relation de travail.**

*Se limiter à indiquer COMMENT FAIRE son travail ;*

*Où donner des objectifs orientés « résultats », laisser place à l'initiative avec comme fil d'ariane la raison d'être et la **stratégie de l'ENTREPRISE***

## **PROGRAMME**

### **Choisir le contrat de travail**

- Embaucher un nouveau collaborateur qu'elle forme ?
  - CDD ou CDI ?
  - Temps plein ou temps partiel ?
  - Clauses spécifiques ?
  - Comment : impliquer, protéger, innover ?

### **Comment modifier la relation de travail ?**

- Evoluer ensemble
- Connaître le champ des possibles
- Réagir face à un refus

### **Pour aller du simple au particulier**

- Manifestation claire et non équivoque de volonté, non viciée par erreur, violence ou dol. Le contrat de travail est aussi le fondement de la relation de travail au sein d'un collectif
- Mettez en place des standards AVEC les équipes DANS un processus simple et sécurisé !



# Gérer les plannings collaborateurs en toute sécurité !

## **PUBLIC**

Dirigeants  
Responsables Ressources Humaines  
Techniciens suivi des temps et des absences

## **OBJECTIFS**

- Sécuriser ses pratiques
- Optimiser le temps de travail pour produire mieux

## **COMPÉTENCES VISÉES**

Maîtriser la réglementation sur le temps de travail

## **PÉDAGOGIE**

Approche opérationnelle et participative

## **DURÉE MODULABLE**

2 jours (14 h) selon le cahier des charges

## **FORMATEUR RÉFÉRENT**

Frédérique DOLBEAU

*Décompte horaire ou au forfait jours, à temps plein ou partiel, ...*

*Traitement des période incomplètes, gestion des absences.*

*Avec cette formation, vous disposez d'une revue complète de la dernière réglementation en matière de durée du travail et vous pourrez **suivre efficacement vos plannings**.*

## **PROGRAMME**

### **Cerner les contours du temps de travail**

- TTE, pauses, trajet, astreinte, nuit, etc.
- Ordre Public, champs de la négociation, dispositions supplétives

### **Décompter en conformité**

- Compteur temps / rémunération / planning
- Connaître ses obligations
- Identifier les risques

### **Connaître la protection des Temps Partiels**

- Gérer la durée minimale, les coupures, l'amplitude et justifier des dérogations
- Respecter le changement d'horaires
- Mettre en place des alertes

### **Intégrer les congés et les repos dans la gestion des temps**

- Congés Payés
- Jours RTT
- Seuils de jours travaillés, repos obligatoires
- Congés pour Événements de Famille
- Absence pour raison de santé

### **Élaborer et mettre en oeuvre un planning**

- S'approprier les règles de base de la gestion du temps
  - Synthèse de la réglementation applicable aux majeurs, mineurs, alternants
- Outils de suivi des temps
- Circuit de validation du planning

**LE PERISCOPE**

Société coopérative d'entrepreneurs | 18 bd Paul Perrin 44600 Saint-Nazaire | Siret : 803 193 440 00028  
Activité de formation enregistrée à la Direccte des Pays de la Loire sous le n°52 44 07335 44

## **PUBLIC**

Dirigeants  
Responsables Ressources Humaines  
Techniciens paies et administration du personnel

## **OBJECTIFS**

- Acquérir les bons réflexes

## **COMPÉTENCES VISÉES**

- Maîtriser la technique de la paie  
- Sécuriser & Optimiser

## **PÉDAGOGIE**

Approche opérationnelle et participative.

## **DURÉE MODULABLE**

1 à 11 jours (7 à 77 h) selon le cahier des charges

## **FORMATEUR RÉFÉRENT**

Frédérique DOLBEAU

*Après cette session vous ne verrez plus la paie du même oeil.*

*Une approche technique et pratique qui donne matière à agir juste et bon en paies et administration du personnel !*

## **PROGRAMME**

### **Du brut au net**

- Les éléments du brut : Fixe, variable
- Les cotisations : bases et taux
- Les calculs spécifiques : le PSS,
- La réduction Fillon, TEPA,
- Taux Allocations Familiales, GMP,
- Verser le salaire

### **Traiter les absences**

- Déduire et indemniser
- Les congés payés
- La maladie et l'accident
- Anticiper et lisser

### **Les avantages en nature et les frais**

- Distinguer frais et AN
- Évaluer au forfait, au réel ?

### **Le calcul de la dernière paie**

- Les différentes ruptures
- Les indemnités
- Les situations particulières
- Sécuriser

## **PUBLIC**

Toute personne qui souhaite monter en compétences sur l'entretien professionnel obligatoire : employeur ou salarié

## **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**

Connaître les contours de cette obligation

Maintenir de bonnes conditions de travail et créer une dynamique

## **COMPÉTENCES VISÉES**

Clarifier les missions, les compétences

## **PÉDAGOGIE**

Approche opérationnelle et participative.

## **DURÉE MODULABLE**

1 à 3 jours (7 à 21h) selon le cahier des charges

## **DE 1 à 12 PARTICIPANTS**

## **FORMATEUR RÉFÉRENT**

Frédérique DOLBEAU

*Pour faire d'une obligation un **outil majeur au service de la montée en compétence des collaborateurs.***

*Vous structurer pour assurer la pleine écoute de vos équipes, permettre d'être autonomes et responsables., d'être **ACTEURS** du changement !*

## **PROGRAMME**

### **Cerner les contours de cette obligation**

- Un enjeu pour la formation
- Les droits et devoirs de chacun
- La périodicité de l'entretien professionnel
- Identifier les risques, les atouts

### **Les étapes de l'entretien professionnel**

- Anticiper l'entretien, qu'il soit **UTILE** :

Qui, Quoi, Comment ?

- Organiser l'entretien
- Utiliser et suivre le le Compte Rendu d'Entretien Professionnel (CREP) qu'il soit

**EFFICACE**

- En pratique : travail sur un calendrier opérationnel

### **Élaborer et mettre en place des outils**

- Le référentiel des compétences
- Guide de préparation de l'entretien professionnel
- Guide de conduite à tenir lors de l'entretien professionnel
- Les questions : ouvertes, alternatives, fermées, miroir, approfondissement, suggestives - comment ça marche ?

### En pratique :

- Mettre en place une boîte à outils
- Jeux de rôle - posture d'entretien
- Travail et réflexion sur un guide de préparation de l'entretien

## **LE PERISCOPE**

Société coopérative d'entrepreneurs | 18 bd Paul Perrin 44600 Saint-Nazaire | Siret : 803 193 440 00028  
Activité de formation enregistrée à la Direccte des Pays de la Loire sous le n°52 44 07335 44

## **PUBLIC**

Dirigeants  
Responsables Ressources Humaines  
Techniciens paies et administration du personnel  
Représentant du personnel

## **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**

Connaître les nouvelles règles du jeu  
Comprendre les mécanismes  
d'articulation des normes entre elles

## **COMPÉTENCES VISÉES**

Appliquer les nouvelles règles en conformité

## **PÉDAGOGIE**

Approche opérationnelle et participative.

## **DURÉE MODULABLE**

2 jours (14h) selon le cahier des charges

## **FORMATEUR RÉFÉRENT**

Frédérique DOLBEAU

*Un droit en constante évolution ; un vrai casse tête pour savoir quel texte appliquer. Les réglementations se juxtaposent. Le risque de malentendu ou de contentieux, au civil ou au pénal, est omniprésent.*

*Pour avoir les bons réflexes, savoir ce qu'il est possible de faire ou pas, connaître les pièges à éviter, les situations à risque... cette formation est faite pour vous !*

## **PROGRAMME**

### **L'architecture des règles**

- La Loi, Les conventions et accords collectifs
- Les notes, les règlements
- Le contrat de travail, les usages
  - En pratique : Utiliser le Code du travail, Lire et comprendre une décision de justice, Lire et comprendre une convention collective
- Définition d'une question de droit, d'une situation à traiter en cours de session

### **Où trouver l'information**

- Connaître les sites d'information utiles, Utiliser un moteur de recherche ?
- Les compagnons à ne pas oublier

- Mise en pratique des modules traités sur une question définie en début de parcours

### **Quelle règle appliquer ?**

- La norme supérieure et le principe de faveur
- Les étapes vers une inversion de la hiérarchie des normes
- « Ordre public » - « Champ de la négociation collective » - « Dispositions supplétives » quézaco ?
  - En pratique : Appliquer la norme qui convient selon les situations rencontrées
  - Juxtaposition de sources dans le temps
  - Mises en situation



# Formations prévention

**LE PERISCOP**

Société coopérative d'entrepreneurs | 18 bd Paul Perrin 44600 Saint-Nazaire | Siret : 803 193 440 00028  
Activité de formation enregistrée à la Direccte des Pays de la Loire sous le n°52 44 07335 44

## **PUBLIC**

Toute personne amenée à réaliser une activité d'ordre électrique ou non, sur ou à proximité d'ouvrage ou d'installation pouvant présenter un risque électrique.

## **Prérequis**

Suivant l'activité exercée par le stagiaire.

## **OBJECTIFS**

Comprendre les notions élémentaires d'électricité.

Réaliser son activité en sécurité.

Intégrer une démarche de prévention en présence d'un risque électrique.

Réagir efficacement devant un accident d'origine électrique

## **PÉDAGOGIE**

Exposés.

Travaux pratiques.

Evaluation théorique et pratique.

Guide pratique remis aux stagiaires

## **DURÉE:**

1 à 4 jours suivant l'activité du stagiaire

## **DE 4 à 10 PARTICIPANTS**

## **FORMATEUR RÉFÉRENT**

Bertrand BRIAND

***Permettre à l'employeur d'habiliter un salarié à réaliser une activité à proximité ou sur une installation ou un équipement électrique; ou de renouveler son habilitation.***

***Tous niveaux en basse tension, travaux à proximité d'installations en haute tension.***

## **PROGRAMME**

### **variable suivant niveau :**

- L'habilitation électrique, la réglementation.  
Les conditions de validation.  
Les indices et les activités correspondantes.
- Notions élémentaires d'électricité.
- Les effets du courant électrique.
- Les différents types d'accidents d'origine électrique.
- Les différents moyens de protection.
- Les différentes zones d'environnement électrique.
- Les différents acteurs.
- Les différentes activités.
- Les mesures de prévention et de sécurité.
- Les documents et instructions.
- L'outillage
- Les accidents et incendies d'ordre électrique.
- Les secours aux victimes.
- Evaluation théorique.
- Exercices pratiques.
- Evaluation pratique.
- ...

## **PUBLIC**

Professionnels en poste (métiers tertiaire, de l'industrie ou du bâtiment)

## **OBJECTIFS**

Connaître les risques de son métier afin de repérer les situations dangereuses  
Observer et analyser des situations de travail pour identifier les atteintes à la santé  
Effectuer les gestes et manipulation adéquates

## **PÉDAGOGIE**

Apports de connaissances  
Mise en situation sur l'activité réelle  
Méthode active avec étude de cas pratique et manipulation de charges

## **DURÉE MODULABLE**

Sur mesure et après une analyse des besoins.  
½ journée à 1 jour (4h ou 7h)

## **DE 4 à 8 PARTICIPANTS**

## **FORMATEUR RÉFÉRENT**

Bertrand BRIAND

*Cette formation a pour objectif de permettre aux personnes formées d'effectuer correctement les gestes et manipulations nécessaires à l'exercice de son activité, sans risques pour leur santé. Elle sensibilise les personnes de votre établissement à une démarche de prévention de des risques liés à l'activité physique.*

## **PROGRAMME**

### **Connaître la réglementation et la prévention**

- Cadre réglementaire
- Obligations de l'employeur
- Les principes généraux de prévention

### **Identifier les risques liés à l'activité physique**

- Les principaux indicateurs de santé
- Les différentes atteintes de l'appareil locomoteur
- Les facteurs de risques

### **Étudier son poste de travail**

- Les principes de sécurité physiques
- Les principes d'économie d'effort

### **S'exercer et manipuler**

- Exercices spécifiques aux postes de travail concernés
- Manipulation de charge en application des principes d'économie d'effort

# Hygiène & Sécurité Alimentaire

## Compréhension de la méthode HACCP

### **PUBLIC**

Personnel de cuisine, de restaurant, d'entreprise agro-alimentaire, grossistes, traiteurs, cuisiniers...

### **OBJECTIFS**

- Connaître et comprendre les règles et obligations en matière d'hygiène et de sécurité alimentaires propres à son établissement
- Analyser son environnement professionnel adopter les bonnes pratiques dans ses activités professionnelles
- Répondre à l'obligation de formation du décret 2011-731 du 24 juin 2011

### **PÉDAGOGIE**

Pédagogie active et participative  
Travaux de groupes, mise en application

### **DURÉE**

2 jours (14h)

### **FORMATEUR RÉFÉRENT**

Magali Gaudichon

*Cette formation vous donnera les connaissances et les outils nécessaires à la mise en place des bonnes pratiques d'hygiène et de sécurité alimentaires, et à la réalisation de votre étude HACCP (conformément aux exigences réglementaires)*

### **PROGRAMME**

#### **Hygiène et Sécurité Alimentaire**

- Connaître et appliquer les bonnes pratiques d'hygiène (BPH)
- Respecter la réglementation et les obligations en vigueur, collaborer avec les organismes de contrôle
- Comprendre les différents dangers et facteurs de risques alimentaires, les TIAC, et leurs conséquences
- Mettre en place les moyens de maîtrise des risques (pré-requis, autocontrôles, traçabilité, gestion des non-conformités, plan de nettoyage- désinfection, PMS, étude HACCP)

#### **Compréhension de la méthode HACCP**

- Connaître la méthode pour analyser les risques
- Appliquer les 12 étapes selon le codex alimentarius pour élaborer son plan HACCP
- Savoir créer ses documents qualité (étude HACCP, plan de maîtrise sanitaire, enregistrements, procédures, instructions...)

#### **Mise en application du plan HACCP**

- Constituer l'équipe HACCP et analyser ses produits
- Savoir élaborer ses diagrammes de production, analyser son environnement professionnel
- Procéder à l'analyse des risques (maîtriser la méthode des « 5M », identifier les points critiques, CCP et PRPo, déterminer les limites critiques, les moyens de surveillance et les actions correctives pour la maîtrise des points critiques de votre établissement)



## **PUBLIC**

Chefs et seconds de cuisine,  
personnels de cuisine collective

## **OBJECTIFS**

-Actualiser ses connaissances sur la réglementation nutritionnelle et de l'équilibre alimentaire  
-S'approprier les méthodologies d'élaboration de plan alimentaire et de menus équilibrés en restauration scolaire, d'entreprise, d'institutions...  
-Savoir diffuser des conseils nutritionnels de qualité auprès des clients

## **PÉDAGOGIE**

Pédagogie active et participative  
Travaux de groupes, mise en application

## **DURÉE MODULABLE**

de 1 à 2 jours

## **FORMATEUR RÉFÉRENT**

Magali Gaudichon

*Cette formation vous donnera les connaissances et les outils nécessaires à la mise en place de plans alimentaires et de menus conformes aux exigences réglementaires*

## **PROGRAMME**

### **Les bases de l'équilibre alimentaire**

- Connaître les besoins alimentaires de ses clients, les différents groupes d'aliments et leurs rôles, les apports journaliers recommandés, les valeurs nutritionnelles ...
- Respecter les textes réglementaires et les préconisations du PNNS et du GEMRCN
- Etre sensibilisé à l'importance de la variété, du goût et de la qualité des produits

### **La construction du plan alimentaire**

- Comprendre la méthode d'élaboration du plan alimentaire
- Maîtriser la classification des groupes d'aliments dans le plan
- Respecter les fréquences et grammages recommandés

### **La réalisation de menus variés et adaptés**

- Transcrire le plan alimentaire en menus équilibrés
- Connaître les principaux régimes, les allergies alimentaires et leurs alternatives, les différents textures

### **Optimiser la qualité de ses achats**

- Les labels de qualité
- Le choix des approvisionnements
- La lecture des étiquettes

### **Sensibilisation des ses clients**

- Connaître des outils pour informer et sensibiliser ses clients à la découverte des goûts et à l'importance de l'équilibre alimentaire (supports de communication, accueil, variété des plats, organisation des restaurants, animations...).

## **PUBLIC**

Tous salariés, cadres et employés

## **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**

-Savoir adapter son alimentation en fonction de son rythme de travail, de ses horaires, de ses habitudes et de son budget

-Actualiser ses connaissances en nutrition

-Savoir déjouer les pièges des étiquettes, mieux choisir ses aliments et devenir un consomm'acteur

## **PÉDAGOGIE**

Pédagogie active et participative  
Travaux de groupes, mise en application

## **DURÉE**

1 jour

## **FORMATEUR RÉFÉRENT**

Magali Gaudichon

*Cette formation vous donnera de nouveaux outils pour améliorer le bien-être, la motivation et la performance de vos salariés. Cette formation est aussi un point d'entrée pour développer une communication interne axée sur la qualité de vie au travail*

## **PROGRAMME**

### **Impacts de l'alimentation sur sa santé et son bien-être**

- Connaître les grandes fonctions de l'alimentation
- Apprendre à gérer son comportement alimentaire : importance et identification des sensations internes régulant nos prises alimentaires, distinction entre la faim et l'envie de manger, régulation des quantités...
- Comprendre l'impact de ses habitudes alimentaires sur sa santé et ses performances (physiques, intellectuelles, professionnelles, sportives, morales...)

### **Les bases de l'équilibre alimentaire**

- Connaître les différents groupes d'aliments et leurs rôles, et les recommandations en terme d'équilibre alimentaire
- Apprendre à diversifier ses aliments et à combattre les idées reçues
- Gérer et composer ses repas au quotidien en fonction de ses contraintes professionnelles et personnelles

### **Savoir choisir pour "mieux manger"**

- Savoir déchiffrer les étiquettes pour comparer et mieux choisir ses aliments
- Mieux connaître les lieux de vente pour mieux consommer, les approvisionnements, les rapports qualité / prix...



**LE PERISCOP**

COOPERATIVE D'ENTREPRENEURS

Formations

# informatique & Internet

**LE PERISCOP**

Société coopérative d'entrepreneurs | 18 bd Paul Perrin 44600 Saint-Nazaire | Siret : 803 193 440 00028  
Activité de formation enregistrée à la Direccte des Pays de la Loire sous le n°52 44 07335 44

## **PUBLIC**

Professionnels en poste (associations, entreprises, collectivités...)

## **Prérequis**

Etre familiarisé avec l'outil informatique (PC, Windows)

## **OBJECTIFS**

Exploiter au mieux les outils bureautiques déjà présents sur les ordinateurs de l'organisation.

## **PÉDAGOGIE**

Formation en action. Manipulation de l'ordinateur selon les indications données. Des exercices peuvent être proposés pour s'approprier les manipulations.

## **DURÉE MODULABLE**

Sur mesure après une analyse des besoins. Possibilité de modules de 2H (selon configuration).

## **FORMATEUR REFERENT**

Cynthia LE GUYADER

*Cette formation vous permettra d'utiliser au mieux les outils que vous avez déjà pour répondre à vos besoins*

## **PROGRAMMES**

### **Réalisez des tableaux de bord**

- Stockez et structurez vos données
- Exploitez vos données
- Mettez en forme vos données
- Visualisez les informations utiles à vos décisions et au pilotage de votre activité

### **Dynamisez le travail en équipe**

- Développez les échanges
- Gérer votre messagerie efficacement
- Partagez des outils (agendas, fichiers...)
- Travaillez en équipe (réviser des documents à plusieurs, créez des modèles commun, préparez des formulaires...)

### **Maîtrisez votre image dans votre communication**

- Mettez en valeur votre image dans vos documents
- Créez des présentations commerciales professionnelles
- Communiquez avec les chiffres
- Réalisez des documents publicitaires simples

## **PUBLIC**

Techniciens, graphistes (associations, entreprises, collectivités...)

## **Prérequis**

Etre familiarisé avec l'environnement Internet  
Disposer d'une solution d'hébergement

## **OBJECTIFS**

Créer un site administrable grâce au CMS Wordpress.

## **PÉDAGOGIE**

Méthodes essentiellement actives, à partir de la pratique des participants.

## **DURÉE MODULABLE**

Sur mesure et après une analyse des besoins.  
1 à 3 jours (session de 7h)

## **FORMATEUR REFERENT**

Frédéric CARRE

*Cette formation vous permettra de créer un site administrable par vos services pour faciliter la diffusion de votre communication sur Internet et intégrer des fonctionnalités supplémentaires.*

## **PROGRAMMES**

### **Préparez l'environnement technique**

- Nom de domaine, sous-domaine
- Compte FTP
- Base de données
- Migration sur serveur de production

### **Paramétrer l'environnement applicatif**

- Installer Wordpress
- Présentation de la solution Wordpress
- Découvrir l'interface d'administration
- Installer et personnaliser un thème enfant
- Augmenter les fonctionnalités par les extensions
- Intégrer des widgets
- Vérifier le Responsive Design

### **Gérer vos contenus**

- L'arborescence de contenu et les menus
- Gérer les rubriques et les pages
- Créer des articles
- Insérer un média
- Les autres contenus (Sliders d'images, réseaux sociaux, agendas...)

### **Référencement et sécurité**

- Gérer les balises SEO
- Sécuriser le site
- Planifier les sauvegardes



**LE PERISCOP**

COOPERATIVE D'ENTREPRENEURS

# Formations vente

**LE PERISCOP**

Société coopérative d'entrepreneurs | 18 bd Paul Perrin 44600 Saint-Nazaire | Siret : 803 193 440 00028  
Activité de formation enregistrée à la Direccte des Pays de la Loire sous le n°52 44 07335 44

# Réussissez votre prospection commerciale et développer votre chiffre d'affaires

## **PUBLIC**

Equipes commerciales.

**PRE-REQUIS :** Avoir une première expérience commerciale

## **OBJECTIFS**

- Organiser sa visibilité sur Internet
- Maîtriser la curation de contenu
- Maîtriser l'outil web de programmation de publications.

## **PEDAGOGIE**

Des outils sont donnés, des simulations sont réalisées pour mettre en situation les stagiaires. Vous travaillez sur votre situation et celle de votre entreprise tout en bénéficiant des apports de méthode du formateur.

## **DURÉE MODULABLE**

3 jours (28h)

## **DE 4 à 12 PARTICIPANTS**

## **FORMATEUR REFERENT**

Rémi BARBA

## **Réussir sa prospection commerciale est une clé du développement économique de l'entreprise.**

*Elle passe par une organisation rigoureuse du travail des équipes commerciales : Définir ses cibles, organiser son travail de prospection, optimiser ses prises de contact téléphoniques, suivre ses efforts et résultats dans ses tableaux de bord.*

## **PROGRAMME**

### **Définir l'état de votre marché, votre positionnement et objectif,**

- Marché en mouvement ou statique,
- Positionner sa place et son offre,

### **Organisation du travail de prospection,**

- Déterminer les actions à réaliser,
- Trouvez les cibles et fonctions à contacter,
- Organiser son action de communication,
- Planifier ses appels,

### **Optimiser ses prises de contact téléphoniques,**

- Ordonnancer ses cibles et contacts,
- Conception d'un script d'appel,
- Simulations d'appel,
- Appels réels (optionnel)

### **Tableaux de bord Prospection, mesurer l'effort et la réussite,**

- Indicateurs d'efforts : nombre d'actions réalisées, nombre d'appels aboutis, nombre de rendez-vous effectués, nombre de propositions réalisées,
- Indicateurs de réussite : nombre de proposition signées et encaissées, Chiffre d'affaire réalisé, nombre de nouveaux clients,

# Réussissez vos rendez vous commerciaux et transformez vos contacts en clients

## **PUBLIC**

Equipes commerciales.

**PRE-REQUIS :** avoir une première expérience commerciale

## **OBJECTIFS**

- Mesurer les enjeux de son RDV
- Préparer son RDV,
- Réussir son RDV,
- Quelles suites donner au RDV,

## **PEDAGOGIE**

Des outils sont donnés, des simulations sont réalisées pour mettre en situation les stagiaires. Vous travaillez sur votre situation et celle de votre entreprise tout en bénéficiant des apports de méthode du formateur.

## **DURÉE MODULABLE**

2 jours (14h)

## **DE 4 à 12 PARTICIPANTS**

## **FORMATEUR REFERENT**

Rémi BARBA

## **Réussir ses rendez vous commerciaux c'est transformer tout le travail réalisé en amont.**

*C'est un moment fort où l'essentiel de la relation que vous tentez de nouer avec votre futur client va fonctionner ou pas. Le faux pas est interdit, l'enjeu est fort mais vous avez le temps en amont de vous préparer. C'est l'objet de cette formation.*

## **PROGRAMME**

### **Préparation en amont des rendez vous,**

- Etes vous capable de présenter l'entreprise, ses produits, distinctement, en 5 minutes et sans support ?
- Le mimétisme client / produit, vous êtes l'image de l'entreprise et de son produit
- La préparation mentale avant rendez vous, prenez une longueur d'avance,

### **La réalisation du rendez vous,**

- L'arrivée dans l'entreprise, entrée dans l'arène,
- L'entrée dans le lieu de l'entretien, observation,
- Début de l'entretien, gérez votre temps,
- Priorité à l'identification du besoin client,

- Rythmez l'entretien, montrez votre professionnalisme,
- Fin d'entretien, soyez bref et synthétique,
- Engagez vous sur les délais et tenez les,

### **L'après rendez vous,**

- Retour au client,
- Suivi de proposition ou commande,
- Transformez l'échange en une relation sur du long terme,



## **PUBLIC**

Personne en situation de négociation.

## **PRE REQUIS**

Avoir une première expérience commerciale,

## **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**

- Acquisition des techniques de préparation et comportement en situation de négociation,

## **PEDAGOGIE**

Alternance de méthodologie et mises en situation. Vous travaillez sur votre situation et celle de votre entreprise tout en bénéficiant des apports de méthode du formateur.

## **DURÉE MODULABLE**

2 jours (14h)

## **DE 4 à 12 PARTICIPANTS**

## **FORMATEUR REFERENT**

Rémi BARBA

## **La négociation concerne essentiellement les ventes à forts enjeux.**

*C'est pour cette raison que la négociation ne s'improvise pas et reste un travail de préparation technique et mentale. Maîtriser les techniques de négociation, c'est maîtriser l'art de la vente.*

## **PROGRAMME**

### **Contexte de la négociation,**

- Le triangle du commerce : les fondamentaux,
- Conditions préalables à la négociation,
- Les 3 temps de la négociation,

### **La préparation en amont,**

- Préparation technique : besoin et offre,
- Préparation tactique : la contre-objection,
- La mesure des enjeux client, entreprise et personnels,

### **Le conditionnement et la préparation mentale,**

- Conditionner votre cerveau avec la PNL,
- Négocier d'égal à égale avec l'analyse transactionnelle

### **Le comportement en négociation,**

- Alternatives, convergences, suggestions, ... soyez souple et constructif.

### **Mises en situation,**

- Il y a 4 mises en situation prévues dans ce module,
- L'intensité des mises en situation est progressive jusqu'à la réalisation d'une négociation en face à face avec le formateur.

La formation insiste sur l'utilisation de cas de négociation les plus proches de votre situation.

### **PUBLIC**

Dirigeants, marketeurs.

### **PRE-REQUIS**

Avoir eu une première expérience commerciale,

### **OBJECTIFS**

Acquisition de la démarche de mise en oeuvre d'une stratégie marketing mobilité

### **PEDAGOGIE**

Alternance de méthodologie et de mises en situation.

Vous travaillez sur votre situation et celle de votre entreprise tout en bénéficiant des apports de méthode du formateur.

### **DURÉE MODULABLE**

2 jours (14h)

### **DE 4 à 12 PARTICIPANTS**

### **FORMATEUR REFERENT**

Rémi BARBA

### **La négociation concerne essentiellement les ventes à forts enjeux.**

*C'est pour cette raison que la négociation ne s'improvise pas et reste un travail de préparation technique et mentale. Maîtriser les techniques de négociation, c'est maîtriser l'art de la vente.*

### **PROGRAMME**

#### **Usage et prospective autour de l'usage du mobile,**

- Le prime time des solutions mobiles, téléphones et tablettes,
- Achats en ligne et problématique du showrooming,
- Géolocalisation et promotion,

#### **Applications mobiles et Stratégie Marketing,**

- Nécessité d'intégrer l'application dans la stratégie,
- Objectif : fidéliser et faciliter l'achat,
- Dynamiser les ventes magasin et compléter le fichier client,

#### **Acquisition de clients pour l'application,**

- Utilisation des multicanaux existants et campagnes dédiées,
- Proposer un parcours personnalisé au client,

#### **Les facteurs de fidélisation à l'application mobile,**

- Le mobile : média de masse personnel,
- Espace et conseils personnalisés, push notifications,
- SAV en démarche VIP, appartenance à la marque,
- Gaming

#### **E-commerce**

- Offres adaptées et personnalisées, services complémentaires,
- Promotion "application mobile" et boutiques,

#### **Datamining client,**

- La collecte des données personnelles,
- L'anticipation des attentes clients,

#### **Lancer son projet Mobile,**

- Contexte et objectif : notoriété, cible, ventes ...
- Macro-planning, maquette, coûts, usage, persona,
- Parcours utilisateur, guide, design, charte,
- Budget projet



**LE PERISCOP**

COOPERATIVE D'ENTREPRENEURS

# Formations

# conduite de projet

**LE PERISCOP**

Société coopérative d'entrepreneurs | 18 bd Paul Perrin 44600 Saint-Nazaire | Siret : 803 193 440 00028  
Activité de formation enregistrée à la Direccte des Pays de la Loire sous le n°52 44 07335 44

# Association (1) : L'Économie Sociale et Solidaire, 200 000 organisations, 2,39 millions de salariés... et nous, et nous, et nous.

## **PUBLIC**

Membres dirigeants de toute association - salariés et bénévoles (élus associatifs, membres du Conseil d'Administration, membres du Bureau, salariés en situation d'encadrement, salariés impliqués dans le projet associatif)

## **OBJECTIFS**

- Situer nos associations dans cette grande famille.  
- Comment ce concept et ses principes de fonctionnement peuvent-ils contribuer à renforcer notre action ?

## **PÉDAGOGIE**

Apports théoriques et historiques.  
Mise en débat des apports et échange avec les participants.  
Construction collective d'axes de développement.

## **DURÉE MODULABLE**

1 jours (7h)

## **FORMATEUR REFERENT**

Dominique JUILLET

*L'Économie Sociale et Solidaire, on en parle souvent, elle bénéficierait de toutes les vertus (démocratie, innovation, adaptabilité, etc.).*

*Petit détour du côté de cet ensemble flou pour explorer comment nos associations pourraient mobiliser ce concept au service de leur logique d'intervention aujourd'hui... et demain.*

## **PROGRAMME**

- L'ESS : contours, définition et principes.
- L'ESS : des organisations disparates, des financements hybrides.
- L'ESS : un projet politique ?
- Mise en perspectives des enjeux (fonctionnement démocratique, capacité d'innovation, hybridation des ressources, etc.) avec notre histoire, nos valeurs et nos pratiques.
- Construction d'axes de développement adaptés à notre fonctionnement et à nos finalités.

## **PUBLIC**

Membres dirigeants de toute association  
- salariés et bénévoles (élus associatifs, membres du Conseil d'Administration, membres du Bureau, salariés en situation d'encadrement, tout salarié impliqué dans le projet associatif).

## **OBJECTIFS**

- Faire fonctionner des modèles d'analyse concurrentielle (Porter, Drucker) sur nos organisations.  
- Évaluer la compatibilité de notre projet avec celui de nos partenaires.  
- Explorer les leviers pour passer de la logique de rivalité à celle du partenariat.

## **PÉDAGOGIE**

Mise en application des apports théoriques sur le terrain vécu par les participants.  
Les participants repartent avec des grilles d'analyse pour éclairer les logiques d'acteurs sur leur territoire.

**DURÉE MODULABLE** 2 jours (14h)

## **FORMATEUR REFERENT**

Dominique JUILLET

*Tordons le cou à une réalité solidement ancrée : les objectifs de nos associations sont non lucratifs, DONC nous ne serions pas en situation de concurrence avec d'autres organisations... Ce que vient contredire la situation de nos finances : en cette période de "révision générale des dépenses publiques", les associations sont belles et bien en concurrence sur le grand marché des financements publics ! Nos parts de marché sont remises en cause. Et nous sommes parfois en concurrence directe avec des services gérés par les collectivités qui nous financent !*

*Il s'agit donc de regarder ce que les outils d'analyse concurrentielle peuvent nous apprendre de nos relations partenariales sur le territoire ; comprendre pour pouvoir agir.*

## **PROGRAMME**

- Analyse des forces concurrentielles et du pouvoir d'influence de nos partenaires sur notre association.
- Stratégie globale et stratégie par domaine d'activité stratégique.
- Analyse de la chaîne de valeur.
- Mesure de l'impact pour nos associations et construction d'une réponse adaptée..

## **PUBLIC**

Membres dirigeants de toute association - salariés et bénévoles (élus associatifs, membres du Conseil d'Administration, membres du Bureau, salariés impliqués dans le projet associatif).

## **OBJECTIFS**

- Définir collectivement la notion de stratégie et ses implications.
- Évaluer l'impact de la stratégie de nos partenaires sur notre structure.
- Concevoir et formaliser en interne les lieux d'élaboration stratégique.
- Construire une stratégie collective opérationnelle et efficace.

## **PÉDAGOGIE**

- Étude de cas et analyse de situations apportées par les participants.
- Les participants repartent avec des propositions opérationnelles pour construire et mettre en œuvre une stratégie adaptée à leur association.

## **DURÉE MODULABLE**

2 jours (14h)

## **FORMATEUR REFERENT**

Dominique JUILLET

*Votre association est au croisement d'une volonté collective portée par des adhérents et d'une politique mise en œuvre par des institutions publiques (ministère de tutelle, collectivité territoriale, organisations de Sécurité Sociales, etc.) auprès de laquelle l'association agit.*

*La stratégie est la mise en application du projet associatif. Aussi la façon dont l'association va hiérarchiser ses objectifs et mettre en œuvre ses activités pour répondre de son projet est décisive. Le travail sur la stratégie vise à renforcer l'autonomie associative dont dispose les responsables politiques de l'association et à affirmer la place de celle-ci sur son territoire.*

## **PROGRAMME :**

- Travail d'analyse des actions, projets et perspectives de votre association à travers la complémentarité suivante : *stratégie de positionnement* ET *stratégie de perspective* (MC Malo).
- **Le positionnement** renvoie dans le champ de l'économie concurrentielle aux parts de marché et aux possibilités de solvabilité des actions. Le travail de positionnement a pour but de définir le couple produit/marché que vise votre association (= quelle place veut-elle occuper sur son territoire) ?
- **La perspective** désigne la capacité de l'association à exprimer sa vision du monde et la spécificité de l'action qu'elle entend mettre en œuvre ; son projet de transformation sociale. Votre association, comme toute organisation à but non-lucratif est au croisement de ces deux logiques : volonté de défendre une vision du monde incarnée dans des actions à financer.

## **PUBLIC**

Comptable et Trésorier ; tout salarié et bénévole impliqué dans la gestion comptable et financière d'une association et souhaitant acquérir les outils de gestion nécessaire à son développement.

## **OBJECTIFS**

- Construire les outils de pilotage financier de l'association.
- Projeter la stratégie de développement en terme d'impacts financiers (investissement et amortissements, trésorerie, calculs de coûts).
- Concevoir une comptabilité analytique qui rende compte des choix stratégiques de l'association.

## **PÉDAGOGIE**

- Étude de cas et exercices à partir des documents comptables apportées par les participants.
- Les participants repartent avec des outils de gestion opérationnels adaptés à leur association.

## **DURÉE MODULABLE**

6 jours (6 x 7h)

## **FORMATEUR REFERENT**

Dominique JUILLET

*Cette formation vise à donner aux personnes impliquées dans l'association les éléments nécessaire à la conduite de la structure et à la prise de décision. Maîtriser les données comptables et financières de l'association pour asseoir son développement.*

## **PROGRAMME (MODULABLE) :**

- Rappel des principes comptables et présentation des tableaux de synthèse
- La construction de budgets (activités/global)
- Les calculs de coûts et seuils de rentabilité
- La construction d'une comptabilité analytique, principes et méthode
- La comptabilité analytique et l'imputation des charges indirectes
- La construction de tableaux de bords et d'indicateurs de gestion
- Les investissements et leurs amortissements
- Le suivi de la trésorerie
- L'analyse financière : ratios et soldes intermédiaires de gestion

## **LE PERISCOPE**

## **PUBLIC**

Collectivités territoriales, organisations citoyennes, associations

## **OBJECTIFS**

- Etre en capacité d'analyser les enjeux et les acteurs de son territoire
- Se projeter dans l'avenir pour élaborer un projet pérenne où chacun s'y retrouve
- Acquérir des outils pour faire participer diverses catégories de la population

## **PÉDAGOGIE**

Apports théoriques et présentation d'expériences "modèles"  
Travaux de groupes, ateliers, mise en situation

## **DURÉE MODULABLE**

De 1 à 3 jours : sur mesure après une analyse des besoins

## **FORMATEUR REFERENT**

Dominique JUILLET

*Cette formation vous donnera des outils pour analyser votre situation et ensuite construire un projet durable avec l'ensemble des parties prenantes*

## **PROGRAMME**

### **Mener un diagnostic territorial et identifier les enjeux**

- Les territoires : espaces en mouvement et à définir
- Etude de la situation actuelle
- Analyse du jeu des acteurs locaux et de la gouvernance

### **Le projet territorial : une démarche partagée**

- Les principes de la participation citoyenne
- Quelle concertation pour quel public ?
- Les outils de la participation

### **Elaboration de votre projet**

- Les buts du projet et la stratégie de développement du territoire
- Les phases du projet : passé, présent, futur
- Le plan d'actions et la conduite opérationnelle : démarches et supports
- Mise en oeuvre de la gouvernance
- Suivi-évaluation





**LE PERISCOP**

COOPERATIVE D'ENTREPRENEURS

# Formations génie civil

**LE PERISCOP**

Société coopérative d'entrepreneurs | 18 bd Paul Perrin 44600 Saint-Nazaire | Siret : 803 193 440 00028  
Activité de formation enregistrée à la Direccte des Pays de la Loire sous le n°52 44 07335 44

## **PUBLIC**

Techniciens et Ingénieurs souhaitant acquérir et mettre en pratique des connaissances liées à la maîtrise d'œuvre réalisation et au contrôle des ouvrages d'infrastructures fibres optiques et FTTX.

## **PREREQUIS**

Avoir des notions de base de voirie et réseaux secs.

## **OBJECTIFS**

Savoir suivre et contrôler la construction d'un réseau de génie civil.

## **PÉDAGOGIE**

Exposés et travaux pratiques  
Dossier technique remis aux stagiaires

## **DURÉE MODULABLE**

2 à 5 jours

## **DE 4 à 10 PARTICIPANTS**

## **FORMATEUR REFERENT**

Bertrand Briand

*Assurer une mission d'ordonnancement et pilotage de chantier de génie civil d'un réseau de communications électroniques, maîtrise d'œuvre réalisation.*

## **PROGRAMME**

### **Déroulement d'un chantier de G.C. de réseau T.H.D.:**

- Prise en compte des pièces du marché, du projet.
- Connaissance du terrain, implantation des ouvrages.
- Confection des ouvrages.
- Contrôle continu et final, réception des travaux
- Paiements et règlements, document des ouvrages exécutés

### **Techniques de construction :**

- Les différentes techniques traditionnelles et mécanisées.
- Les différents ouvrages :
  - La conduite, les chambres, les ouvrages divers.
- Implantation des ouvrages, règles de voisinage des réseaux enterrés.
- Choix de la technique de pose.
- Rappel des démarches administratives diverses.
- Suivi et contrôle des travaux. Réception des ouvrages.

### **Points de contrôle, techniques de contrôle :**

- Respect du projet. Respect du marché
- Implantation des ouvrages, voisinage, exploitation.
- Respect des règles de construction et normes
- Qualité des produits et matériaux employés
- Observation des règles de sécurité du travail
- Les documents.
- Respect du planning
- Réception des ouvrages, réserves, levées des réserves.
- Contrôles visuels, essais sur matériaux et matériels.
- Respect des procédures de mise en œuvre et préconisations techniques
- Vérification des quantités produites
- Essais et contrôles en cours de mise en œuvre
- Essais et contrôles sur ouvrages terminés

## **PUBLIC**

Techniciens et Ingénieurs souhaitant acquérir et mettre en pratique des connaissances liées à la réalisation d'infrastructures fibres optiques et FTTH.

## **PREREQUIS**

Connaître les différentes architectures des réseaux.

## **OBJECTIFS**

Savoir évaluer et construire un réseau de génie civil.

## **PÉDAGOGIE**

Exposés et travaux pratiques  
Dossier technique remis aux stagiaires

## **DURÉE MODULABLE**

2 à 5 jours

## **DE 4 à 10 PARTICIPANTS**

## **FORMATEUR REFERENT**

Bertrand Briand

*Évaluer, concevoir et construire un réseau de génie civil de communications électroniques.*

## **PROGRAMME:**

### **Maîtriser les principes de conception :**

- prise en compte des études de câblage et des équipements
- Dimensionnement d'un réseau THD.
- Implantation des ouvrages clés.
- Tracé des artères.
- Identification des contraintes environnementales et réglementaires.
- Identification des ouvrages existants, leur état
- Identification des besoins en génie civil nouveau
- Dossiers administratifs et autorisations diverses.
- Evaluation des coûts.

### **Maîtriser les techniques de construction :**

- Les différents ouvrages :
  - La conduite
  - Les chambres
  - Les ouvrages divers
- Implantation des ouvrages en fonction des contraintes techniques et financières.
- Règles de voisinage des réseaux enterrés.
- Choix de la technique de pose.
- Démarches administratives diverses
- Suivi et contrôle des travaux.
- Essais et contrôles des ouvrages.
- Paiement des prestations.
- Réception des ouvrages.
- Dossier des ouvrages exécutés.



**LE PERISCOP**

COOPERATIVE D'ENTREPRENEURS

# Formations

# Photographie

**LE PERISCOP**

Société coopérative d'entrepreneurs | 18 bd Paul Perrin 44600 Saint-Nazaire | Siret : 803 193 440 00028  
Activité de formation enregistrée à la Direccte des Pays de la Loire sous le n°52 44 07335 44

## **PUBLIC**

agents et mandataires immobiliers

## **OBJECTIF**

être autonome pour la prise de vue de biens immobiliers

## **PÉDAGOGIE**

La première partie de la formation débute par une partie de théorique afin d'expliquer les bases de l'appareil photo et les fonctions essentielles. Puis, place à la mise en pratique afin d'assimiler les connaissances nouvellement acquises. La seconde pratique se déroule de la même manière en ciblant sur les besoins liés à la photographie immobilière.

**DURÉE 2 demi-journées**  
(8h)

**FORMATEUR RÉFÉRENT**  
Matthieu Leroux

*La formation apporte au stagiaire l'autonomie dans la prise de vues de biens immobiliers. Le but étant d'obtenir des photographies représentatives des maisons et appartements proposées par l'agence immobilière*

## **PROGRAMME**

### **Principes de base de la photographie**

- triangle d'exposition (iso, diaphragme, vitesse)
- bien exposer une photo
- focale

### **Les principaux modes et fonctions de l'appareil photo**

- mode manuel, priorité ouverture, priorité vitesse
- mise au point, live view,
- correction d'exposition

### **Mise en pratique des premières connaissances acquises**

- exercices et manipulation de l'appareil photo afin de comprendre la partie théorique vue auparavant

### **Principes particuliers de la photographie immobilière**

- matériel utilisé
- Choix des réglages
- cadrage...

### **Mise en pratique sur cas concret**

- Prises de vues dans une maison ou un appartement

### **Sélection des images et paramètres de publications**

- Sélectionner les photos les plus pertinentes
- Optimiser les paramètres de publications sur internet

# FORMATION À LA PHOTOGRAPHIE de Produits pour Artisans et Commerçants

## **PUBLIC**

Artisans et Commerçants

## **OBJECTIF**

être autonome pour la prise de vue de ses produits

## **PÉDAGOGIE**

La première partie de la formation débute en groupe par une partie théorique afin d'expliquer les bases de l'appareil photo et les fonctions essentielles. Puis, place à la mise en pratique afin d'assimiler les connaissances nouvellement acquises. La seconde partie se déroule de la même manière mais individuellement en ciblant sur les besoins liés à la photographie des produits de chaque stagiaire.

**DURÉE 2 demi-journées**  
(8h)

**FORMATEUR RÉFÉRENT**  
Matthieu Leroux

*La formation apporte au stagiaire l'autonomie dans la prise de vues de produits qu'il fabrique et/ou vend. Le but étant d'obtenir des photographies représentatives de ses articles et/ou créations. A la fin de la formation le stagiaire reçoit un protocole propre à ses besoins. Le matériel du stagiaire peut aussi bien être un appareil photo reflex ou hybride qu'un smartphone.*

## **PROGRAMME**

### **Principes de base de la photographie**

- Triangle d'exposition (iso, diaphragme, vitesse)
- Bien exposer une photo
- Focale

### **Les principaux modes et fonctions de l'appareil photo**

- Mode manuel, priorité ouverture, priorité vitesse
- mise au point, live view
- Correction d'exposition

### **Mise en pratique des premières connaissances acquises**

- Exercices et manipulation de l'appareil photo afin de comprendre la partie théorique vue auparavant

### **Principes de la photographie de produits**

- Matériel utilisé
- Choix des réglages
- Cadrage...

### **Mise en pratique**

- Prises de vues de produits

### **Sélection des images retouches et paramètres de publications**

- Comment sélectionner les photos les plus pertinentes
- Retouches légères
- Optimiser les paramètres de publications sur internet

### **Mise en place d'un protocole de prises de vues**

# FORMATION À LA PHOTOGRAPHIE AVEC UN SMARTPHONE

## **PUBLIC**

Tout public

## **OBJECTIF**

Apprendre la photo avec un smartphone.

## **PÉDAGOGIE**

Découvrir les fonctions des appareils photo des smartphones et les maîtriser. Les bonnes pratiques pour obtenir des images lisibles et bien composées. Retoucher une photo pour l'optimiser avant de la publier sur internet. Publier sa photo sur les réseaux sociaux.

## **DURÉE 3h**

## **FORMATEUR RÉFÉRENT**

Matthieu Leroux

*La formation apporte au stagiaire les connaissances du fonctionnement de l'appareil photo disponible sur un smartphone. Ainsi que des conseils pour obtenir des images claires et lisibles mettant en valeur le sujet, retoucher sa photo pour la mettre en valeur et la publier sur les réseaux sociaux.*

## **PROGRAMME**

### **Découverte des fonctions de l'appareil photo**

- les fonctions prédéfinies
- les fonctions avancées

### **Mise en pratique des premières connaissances acquises**

- Prises de vues en jouant avec les différents réglages

### **Comment procéder pour mettre en valeur son sujet**

- Les bonnes pratiques
- Ce qu'il faut éviter

### **Mises en pratiques des nouvelles connaissances de prises de vues**

- Jouer avec les réglages
- Composer son image correctement

### **Retoucher sa photo**

- Avec les possibilités du smartphone
- Avec des applis

### **Publier sa photo sur les réseaux sociaux**

## **LE PERISCOP**

# Échangeons sur votre projet !

LE PERISCOP

[+33]2 40 53 36 67

[renaud.legal@leperiscop.fr](mailto:renaud.legal@leperiscop.fr)

ou [contact@leperiscop.fr](mailto:contact@leperiscop.fr)



Contributeur de  
**Nantes Digital Week**

