



ELECIO CONSULTING

workshops

Formations, ateliers et conférences pour dirigeants et managers

MANAGEMENT DE LA CROISSANCE
ET DES NOUVELLES TECHNOLOGIES, EXTERNALISATION,
MANAGEMENT INTERCULTUREL,
DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL

2014-15



// DIRIGEANTS ET RESPONSABLES DES ENTREPRISES DU SECTEUR DES TIC
(TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION)

// DIRIGEANTS ET RESPONSABLES DE PME EN CHARGE DU DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL

// DIRECTIONS DES SYSTÈMES D'INFORMATION ET DE L'ORGANISATION,

// DIRECTIONS DES RESSOURCES HUMAINES

// DIRECTIONS CHARGÉES DU DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL,
DU MARKETING INTERNATIONAL

Innovation et croissance à l'international, allons-y !

Innover, c'est mettre en œuvre de nouveaux produits et de nouveaux services, c'est manager différemment l'entreprise et les projets, c'est savoir s'inspirer de ce que font les autres, c'est prendre des risques, c'est savoir mobiliser au-delà de son réseau habituel, c'est savoir faire confiance et c'est aussi changer l'état d'esprit...

Développer ses activités à l'international, c'est d'abord un projet, une ambition qui va s'appuyer sur le savoir-faire de l'entreprise et sur les opportunités offertes par l'environnement comme par exemple la levée progressive des barrières douanières dans le monde, le développement de l'économie de marché, ou encore l'intégration dans le jeu économique mondial de nouveaux marchés prometteurs.

Prenons l'exemple des nouvelles économies émergentes qui représenteront en 2025, un marché de 30 000 milliards de dollars. Parmi les « capacités » majeures qu'une entreprise doit maîtriser pour réussir dans ces nouvelles économies émergentes, mentionnées dans un article de McKinsey Quartely : la capacité à cibler des zones urbaines homogènes à croissance forte, la capacité à raffiner ses offres de service et à innover en fonction des besoins locaux et du pouvoir d'achat local tout en s'appuyant sur les leviers des chaînes de valeur mondiales (transport, packaging, logistique, technologies...) ou encore la capacité à attirer et retenir les talents.

Tous les pays du monde ont besoin de managers et de dirigeants qui soient de véritables leaders de l'innovation et du développement international et qui pourront relever ces défis: Manager la croissance, utiliser le levier de la technologie pour vendre, définir des stratégies d'internationalisation gagnantes, réussir son développement commercial et diriger avec succès des équipes à l'international, manager la diversité culturelle, conduire des négociations complexes dans des environnements multiculturels...

Venez-vous confronter avec nous.

Jean-Pierre MARIACCIA
Associé Elecio Consulting
jean-pierre.mariaccia@elecio.fr

Planning 2014/2015

Pour toute information et inscription,
contactez-nous au 0 825 74 17 81*

Allez sur notre site internet : www.elecio.fr/workshops

*(15 cts / minute)

STRATÉGIE

WS1	PME, ETI : quelle stratégie d'internationalisation ?	1 jour	Jean-Claude TAGGER	23 septembre 13 novembre 11 décembre	
WS2	Manager la croissance des entreprises technologiques	1 jour	Jean-Pierre GERAULT	7 octobre 10 décembre 11 Février	NEW
WS3	Assurer la croissance dans les BRICS	1 jour + 2h	Isabelle DREUILHE	15 octobre 12 Janvier 10 Février	NEW
WS4	Négocier un contrat d'externalisation informatique	1 jour	Richard PEYNOT Jean-Pierre MARIACCIA	10 octobre 12 décembre 12 Février	NEW

DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

WS5	Réussir son développement commercial en Afrique du Nord et de l'Ouest	1 jour	Jean-Pierre MARIACCIA Désir MAKAN	18 novembre 20 janvier 16 mars	NEW
WS6	Technologies nouvelles pour le marketing mobile	1 jour	Norbert SAGNARD	26 septembre 14 novembre 16 janvier 18 mars	NEW

MANAGEMENT

WS7	Diriger, manager dans les économies émergentes : Afrique du Nord, Europe de l'Est, Russie, Brésil	2 jours	Nathalie LOUX Vargha MOAYED	22-23 décembre 19-20 février	
WS8	Plateformes Web de mise en relation et d'intermédiation RH	1 jour + 1h	Jean-Noël BERENGER Jean-Pierre MARIACCIA	14 octobre 15 janvier	NEW
WS9	Recruter, rémunérer, fidéliser les talents dans la zone Afrique du Nord, Moyen-Orient	1 jour	Jean-Pierre MARIACCIA	17 novembre 13 février	

EFFICACITÉ PROFESSIONNELLE

WS10	Négocier à l'international : conduire une négociation stratégique dans un contexte multiculturel	2 jours	Michel RUDNIANSKI Jean-Pierre MARIACCIA	2-3 octobre 18-19 décembre 22-23 janvier 23-24 mars	
WS11	Manager les risques interculturels	2 jours	Nathalie LOUX	16-17 octobre 20-21 novembre 29-30 janvier	NEW

COMMENT RÉSERVER SA PLACE ?

Retourner la fiche d'inscription à :
Workshop2014-15@elecio.fr

ou par fax au :

+33 (0)1 45 89 30 21

ou par courrier, accompagnée
du règlement à l'adresse
suivante :

Elecio Consulting
41, rue Barrault
75013 Paris

Appelez le 0 825 74 17 81 (15 cts / minute)

Ou contactez le Service client au :

+ 33 (0) 9 78 23 75 22 (non surtaxé)

Méthodes et moyens pédagogiques

Répondre à vos objectifs de formation et d'information

Conférence, atelier, formation : chaque thème traité est proposé selon une formule adaptée (public concerné, objectifs, durée, modalités pédagogiques).

Proposer des contenus d'actualité, denses et spécialisés

Des contenus de haut niveau et d'actualité sont élaborés à partir de l'expérience des intervenants. Le contenu des workshops s'appuie également sur les acquis des participants qui sont de vrais contributeurs de la formation.

Utiliser des pédagogies variées, adaptées à un public de responsables

Les modalités pédagogiques privilégient les exercices pratiques : mises en situations, exposés, échanges et témoignages de grands témoins, workshops et études de cas, jeux pédagogiques, moyens multimédia...

À savoir

Les workshops sont proposés selon une formule inter-entreprises. Nous pouvons également étudier avec vous des formules intra-entreprises.

PME, ETI : quelle stratégie d'internationalisation ?

Se développer sur les marchés internationaux

INTERVENANT : JEAN-CLAUDE TAGGER

Programme

Les opportunités de développement à l'international sont multiples et présentent des risques différents ; les entreprises doivent évaluer ces stratégies.

// Les enjeux de l'internationalisation pour les PME

- / La place de l'international dans la stratégie de l'entreprise
- / L'impact de l'environnement
- / Les options d'internationalisation

// La sélection des marchés et des opportunités

- / Critères de choix des cibles
- / Évaluation en terme d'atouts / attraits

// Les modalités du développement à l'international

- / Structures : comment décider du mode d'entrée ?
- / Mode d'approches : direct, indirect
- / Mise en œuvre de la stratégie d'internationalisation

// Business case

Pour un groupe de 9 à 12 participants, constitution de 4 sous-groupes de 2 à 3 personnes ; chacun étudie une entreprise particulière (à choisir) et définit la stratégie possible d'internationalisation, compte tenu des méthodes présentées. Cet atelier de travail, où le consultant est facilitateur, dure 2 à 3 heures.

Après une pause, chaque groupe présente son analyse et sa recommandation en 15 minutes.

En conclusion, nous faisons la synthèse des différents cas avec des propositions d'actions plus détaillées.

// Témoignages

Dirigeants d'entreprises ayant mené à bien l'internationalisation de leur PME, experts en financement des opérations internationales.

DURÉE

1 jour

HORAIRES

9h-17h30

PRIX

1090€ *

* Prix HT par participant, documentation et forfait repas inclus.

// Objectifs

Permettre aux Dirigeants de PME, d'ETI et aux Responsables en charge du Développement international dans toute organisation de :

- / Analyser les opportunités pour leur entreprise de s'internationaliser
- / Identifier les stratégies d'internationalisation possibles
- / Définir et mettre en œuvre leur stratégie d'internationalisation

// Public concerné

Directeurs généraux • Directeurs des opérations • Directeurs du business développement • Consultants, dirigeants ou responsables souhaitant avoir des points de repère et des exemples concrets concernant la définition et la mise en œuvre de stratégie d'internationalisation

- Responsables de stratégie de sourcing
- Responsables des achats.

Manager la croissance des entreprises technologiques

Stratégie d'innovation et nouveaux business models

INTERVENANT : JEAN-PIERRE GERAULT

Programme

// Comprendre le jeu concurrentiel dans les secteurs technologiques

- / Identifier le business model de l'entreprise, de ses concurrents et des opportunités et menaces du jeu concurrentiel

// Saisir les opportunités de croissance

- / Prévoir et anticiper les évolutions dans son secteur d'activité : le concept des macro-tendances
- / Segmentation stratégique et marketing, les facteurs clés de succès sur les segments, le positionnement stratégique des concurrents

// Élaborer une stratégie de croissance et d'innovation

- / Prendre une décision stratégique: les conditions de la prise de décision
- / Connaître les stratégies génériques pour y puiser des idées : volume, différenciation, low cost, "composites", développement durable, approches "pinko", "base of the pyramid", "Océan Bleu", etc.
- / Exercer son innovation et sa créativité pour inventer ses propres stratégies de succès
- / Choisir son positionnement dans la chaîne de valeur

// Construire ou ajuster le business model de l'entreprise

- / Choisir le business model : composantes, orientation, mécanismes de création de valeur des différents modèles
- / Impact des technologies numériques et de l'Internet sur les business models
- / Les nouveaux business model sur internet : web services, plateformes web, consumer devices
- / Modèles de développement et modèles financiers : la problématique de valorisation

// Piloter la croissance

- / Formuler clairement la stratégie, condition de son appropriation par le corps social de l'entreprise
- / Élaborer un plan marketing de conquête : cibles à atteindre, objectifs marketing, business model, marketing-mix
- / Préparer le business plan et le plan d'actions, outils de justification, d'explication et d'organisation de la mise en œuvre
- / L'organisation sous la forme de projet : mobilisation et cohésion des équipes (OVAR)
- / Les outils de pilotage : le tableau de bord stratégique (BSC) adapté aux entreprises technologiques

// Mettre en œuvre un projet innovant

- / Analyser la faisabilité d'un projet et construire le business model ; la définition des objectifs à 3-5 ans
- / Élaborer la stratégie de croissance et anticiper les problématiques de financement, de leadership entrepreneurial et de team building

// Pédagogie proposée

Exposés interactifs et exercices de réflexion illustrés par de nombreux exemples issus de cas et des échanges avec les participants.

Possibilité de simulation sur cas réel en session.

Séances de travail sur la stratégie de croissance (chacun commence à préparer les bases du plan de croissance, compte tenu des méthodes présentées).

WS2

DURÉE
1 jour

HORAIRES
9h-17h30

PRIX
1090€*

* Prix HT par participant, documentation et forfait repas inclus.

// Objectifs

Avoir des idées et acquérir des méthodes et des outils pour :

- / Développer le potentiel de votre entreprise en structurant et pilotant le processus d'innovation
- / Intégrer la dimension marketing dans la mise en place de l'innovation
- / Développer un projet de création de start-up ou spin-off

// Public concerné

Directeurs de business units •
Directeurs des opérations ou business développement •
Entrepreneurs •
Créateurs de start up •
Dirigeants ou responsables souhaitant avoir des points de repère et des exemples concrets concernant le management de la croissance des entreprises technologiques et/ou ayant un projet de création d'entreprise innovante.

Assurer sa croissance dans les BRICS

Stratégie de développement, business plan international

INTERVENANT : ISABELLE DREUILHE

Programme

Les opportunités de développement à l'international sont multiples et présentent opportunités et risques différents ; les entreprises qui souhaitent trouver de nouvelles sources de valeur, de nouveaux marchés de croissance, en maximisant les opportunités tout en minimisant les risques doivent évaluer l'environnement, leur positionnement, les stratégies possibles, planifier, s'organiser et sécuriser leurs actions et leur retour sur investissement.

// Analyser les opportunités de croissance dans les BRICS

- / Perspectives et clés de croissance en pays à forte croissance, nouvelles économies : choix de zone – pays selon le projet Export, Import-Sourcing, Outsourcing, Offshoring
- / Les secteurs de croissance dans les nouvelles économies
- / Les leviers de croissance

// Élaborer sa stratégie de développement

- / La sélection des pays : critères de choix des cibles, évaluation en terme d'atouts/attraits
- / Identification, prévention et gestion des risques
- / Les modalités du développement à l'international : structures & modes d'approche par pays

// Préparer la construction du business plan

- / La méthodologie du business plan à l'international
- / Les trames supports et outils les plus utilisés

// Travail sur cas réel en session

Chacun étudie une entreprise particulière (choix préalable du coach dans un secteur d'activité proche) définit la stratégie de développement et prépare les bases du business plan international, compte tenu des méthodes présentées.

Cet atelier de travail, où le consultant est facilitateur, coach, dure 3 à 4 heures.

Après une pause, quelques participants présentent leur travail.

En conclusion, nous faisons la synthèse du cas avec des suggestions d'amélioration.

// Séance de coaching 2H

Lors de la séance de coaching, le consultant est au service du participant afin de l'aider à atteindre ses objectifs.

Le participant définit les bases de sa stratégie de développement et prépare la trame de son business plan international, compte tenu des méthodes présentées.

La séance donne lieu à un échange constructif qui permet au participant de fixer ses priorités, et de définir les actions nécessaires.

Le consultant intervient si le participant le souhaite pour donner un feedback ou des conseils.

DURÉE

**1 jour
+2h****

HORAIRES

9h-17h30

PRIX

1090€*

* Prix HT par participant, documentation et forfait repas inclus.
** Coaching individuel ou en groupe, horaires à définir avec le coach

// Objectifs

- / Analyser les opportunités de croissance représentées par les BRICS (Brésil, Russie, Inde, Chine, Afrique du Sud)
- / Élaborer sa stratégie de développement et de croissance
- / Préparer la construction du business plan international sur les BRICS

// Public concerné

Directeurs généraux • Directeurs des opérations • Directeurs marketing - ventes • Directeurs du business développement • Consultants • Dirigeants ou responsables de la stratégie d'internationalisation • Responsables export, de zone • Responsables des achats.

Négocier un contrat d'externalisation informatique

Méthodes, outils de négociation, bonnes pratiques

INTERVENANTS : RICHARD PEYNOT ET JEAN-PIERRE MARIACCIA

Programme

À l'heure où les économies d'Europe du Sud rattrapent leur retard face aux pays Anglo-saxons en matière d'externalisation, l'outsourcing des activités IT devrait connaître une accélération en Europe. Afin d'accompagner ce processus, ce workshop offre aux professionnels de l'informatique et du sourcing dans les entreprises, un temps précieux de réflexion et d'échange pour se préparer efficacement à une négociation d'un contrat d'externalisation.

// Les types de contrats d'externalisation

- / Gestion applicative / gestion de parc applicatif
- / TMA (tierce maintenance applicative)
- / TRA (Tierce recette applicative)
- / Infogérance d'infrastructure
- / Service desk et support de proximité

// Principales difficultés et causes d'échec des démarches d'externalisation

- / Les difficultés récurrentes, les pièges
- / Les mauvaises habitudes, les erreurs courantes
- / Présentation illustrée par de nombreux exemples

// S'organiser pour négocier

- / Constituer des équipes miroir client-prestataire
- / Définir le rôle de chacun, comprendre les rôles dans l'équipe prestataire, comprendre qui est décideur
- / Le processus de négociation : Pré-sélection / short-list, Sélection finale, Due diligence
- / Gérer le timing : à quel moment négocier

// Préparer la négociation

- / Analyser la situation de négociation : contexte, enjeux, contraintes, stratégies, structure de la négociation
- / Identifier les domaines clé à négocier dans un contrat d'externalisation informatique : due diligence et inventaires, définition des services, niveaux de services, transfert de personnel, gouvernance, tarification et construction du prix, gestion de la variabilité...

- / Évaluer sa marge de manœuvre, gérer les risques, les incertitudes
- / Fixer les objectifs de négociation
- / Définir sa stratégie de négociation

// Conduire la négociation

- / Etablir un climat propice avec l'équipe prestataire
- / Choisir ses tactiques de négociation : zone de repli, points de blocages, points de fixations
- / La stratégie de l'échiquier : défendre ses positions, obtenir des contreparties, faire des concessions, verrouiller les accords

// Gérer les situations difficiles en négociation

- / Dénouer les blocages, savoir interrompre l'entretien, reprendre la main
- / Négocier avec une faible marge de manœuvre
- / Gérer les désaccords en négociation
- / Analyser les résultats de la négociation
- / L'analyse des gains obtenus, des éléments concédés
- / Le compte rendu de négociation, le suivi du respect des engagements

// Étude de cas

Le déroulement pédagogique donne lieu à l'étude d'un cas concret de négociation. Un débriefing est organisé par les intervenants en cumulant les aspects stratégiques et comportementaux de la négociation

DURÉE
1 jour

HORAIRES
9h-17h30

PRIX
995€ *

* Prix HT par participant, documentation et forfait repas inclus.

// Objectifs

- Permettre aux professionnels de l'informatique et du sourcing, acheteurs de services informatiques, de :
- / Maîtriser les enjeux d'une négociation de contrat d'externalisation
 - / D'acquérir des méthodes, et des outils pour analyser le contexte, préparer et conduire une négociation de contrat d'externalisation informatique
 - / Confronter leurs pratiques avec celle d'un expert conseil en négociation et avec celles des participants

// Public concerné

- Directeurs des systèmes d'information
- Directeurs des opérations informatiques
 - Directeurs des études informatiques
 - Responsables de domaines informatiques (infrastructure, service desk, développement, intégration)
 - Responsables de stratégie de sourcing informatique
 - Acheteurs de prestations de services informatiques
 - Responsables des achats.

Réussir son développement commercial

En Afrique du Nord et de l'Ouest. Saisir les opportunités, gérer les risques

INTERVENANTS : JEAN-PIERRE MARIACCIA ET DÉSIR MAKAN

Programme

// Comprendre les marchés de la zone Afrique du Nord / Afrique de l'Ouest

- / Comprendre l'environnement : politique, économique, social et religieux
- / Connaître les données clés de l'économie marocaine : structure de l'économie, secteurs clés de l'économie - TIC, énergie, immobilier, banques et finance...
- / Le marché de l'emploi : les règles à connaître
- / La vie des affaires dans les pays de la zone

// Identifier les opportunités d'affaires dans les pays de la zone

- / Connaître ses marchés : les approches quantitatives et qualitatives
- / Choisir ses cibles dans les pays de la zone : les critères à retenir, les erreurs à éviter
- / Évaluer les risques : pays, secteur, partenaire, client, fournisseur, capital humain, économique et financier, fiscal, légal
- / Cibler les opportunités les plus attractives : les matrices atouts / attraits / analyse de portefeuille

// Mettre en œuvre une stratégie de développement gagnante dans les pays de la zone

- / Élaborer la stratégie de développement adéquate
- / Opter pour la bonne organisation
- / Choisir les hommes et femmes clés
- / Mettre en œuvre les bonnes tactiques de prospection

// Adopter les bonnes pratiques pour travailler avec les nationaux

- / Les conseils pour réussir, les erreurs à éviter
- / Éviter les pièges du développement commercial
- / Avoir les bons comportements en société et dans le monde des affaires

// Évaluer la rentabilité de vos opérations dans les pays de la zone

- / La structure de coût type d'une filiale commerciale dans les pays de la zone, le coût de structure de production, de construction
- / Les salaires et les taux de facturation des services
- / Les défis à relever pour rentabiliser ses opérations
- / Élaborer un plan de développement sur la zone

// Ateliers, échanges, témoignages

Intervention de 1 ou 2 entrepreneurs ou dirigeants de sociétés implantées dans la zone.

WS5

DURÉE
1 jour

HORAIRES
9h-17h30

PRIX
1050€ *

* Prix HT par participant, documentation et forfait repas inclus.

// Objectifs

- / Découvrir les tendances, chiffres, événements et faits majeurs de la zone Afrique du Nord (Maroc, Algérie, Tunisie, Lybie, Egypte...) / Afrique de l'Ouest (Bénin, Côte d'Ivoire, Cameroun, Congo -Brazzaville, Sénégal...)
- / Analyser les opportunités qu'offre la zone: secteurs clés de l'économie, potentiel de développement
- / Avoir les bonnes approches pour nouer des relations d'affaires gagnantes
- / Utiliser les outils et les réseaux existants pour réussir son développement commercial

// Public concerné

Dirigeants d'entreprise • Directeurs du développement • Directeur de filiale Afrique du Nord, Afrique de l'Ouest nouvellement nommé • Responsable marketing ou du développement • Consultant en développement international • Responsable du développement international • Ingénieurs d'affaires confirmés.

Technologies nouvelles pour le marketing mobile

Se préparer à être innovant en marketing avant la concurrence

INTERVENANT : NORBERT SAGNARD

Programme

// Le nouveau paysage mobile

- / Connectivité
- / Systèmes d'exploitation
- / La sécurité des données et usagers
- / Nouveaux appareils

// Tout devient « Smart »

- / Wearables (montres, lunettes, casques, gants, ...)
- / Bâtiments/Maisons
- / Appareils ménagers
- / Automobiles

// La vidéo sur mobiles

- / Évolution de l'écosystème de la vidéo mobile
- / Nouveaux outils pour la publicité sur vidéo mobile
- / Plateformes émergentes de distribution de vidéo mobile
- / Importance croissante des vloggers

// Jeux mobiles

- / Évolution de l'écosystème des jeux mobiles
- / Nouvelle approche de segmentation avec les jeux mobiles
- / Les facteurs critiques de succès d'un jeu mobile
- / Plateformes émergentes de marketing par jeux mobiles (tournois, gamification, publicité incorporée, ...)

// Réalité Augmentée (AR)

- / Génération 1 : moteurs de recherche AR
- / Génération 2 : extension de AR : mélange monde réel-virtuel, jeux et applis AR

// Pédagogie

Présentation diapo de l'animateur + Témoignages.
Deux ateliers de groupe.
Études de cas vidéo.

// Objectifs

- / Prendre connaissance de nouvelles technologies mobiles et web en phase de lancement aux quatre coins du monde
- / Comprendre l'impact de ces technologies nouvelles sur le marketing digital et mobile en 2015
- / Anticiper l'usage optimal de ces nouvelles technologies dans le marketing-mix et surprendre la concurrence
- / Envisager l'emploi de ces nouvelles technologies pour gagner les consommateurs à sa marque

// Public concerné

Dirigeants de PME • Directeurs ou responsables marketing (Classique / Digital / Mobile) • Directeurs ou responsables communication • Consultants en marketing (Digital) et/ ou agences de communication.

WS6

DURÉE

1 jour

HORAIRES

9h-17h30

PRIX

995€ *

* Prix HT par participant, documentation et forfait repas inclus.

Diriger, manager dans les économies émergentes

Afrique du Nord, Europe de l'Est, Russie, Brésil

WS7

INTERVENANTS : NATHALIE LOUX ET VARGHA MOAYED

Programme

Améliorer la gouvernance, renforcer son leadership, professionnaliser le management.

DURÉE
2 jours

HORAIRES
9h-17h30

PRIX
1590€*

* Prix HT par participant, documentation et forfait repas inclus.

// Faire le diagnostic de la gouvernance dans ses opérations internationales

- / Les composantes de la gouvernance : facteurs clé de succès et symptômes
- / Les échanges d'informations : processus et outils de communication
- / Le process de decision : Top down, bottom up
- / Les instructions et le mode de suivi des collaborateurs
- / Les interactions avec les pairs et les supérieurs hiérarchiques

// Bâtir et déployer une stratégie de changement du mode de gouvernance

- / Repérer les faits : réunions inefficaces, mauvaise gestion du temps, peu de clarté...
- / Légitimer le changement : les actions auprès des managers, les enquêtes internes
- / Déployer et accompagner le changement dans les équipes

// Développer et communiquer une vision mobilisatrice pour ses équipes internationales

- / Élaborer une vision : cible, road map, plan de communication
- / Communiquer sa vision : les clés pour susciter l'enthousiasme et donner envie d'agir

// Développer ses qualités de leadership à l'international

- / Connaître son style personnel de leader : comment exercer l'autorité ?
- / Donner à ses équipes la possibilité de l'action : comment diriger en suscitant la confiance ?
- / Acquérir des techniques pour affirmer son leadership : communiquer dans les situations tendues, gérer les émotions, maîtriser l'art de la métaphore, utiliser les ressorts de l'adhésion

// Diffuser les bonnes pratiques de management

- / Établir un référentiel de bonnes pratiques : conduite de réunion, entretiens, outils de reporting, évaluations, gestion des talents, rémunérations
- / Développer les managers : compétences clés, programmes de développement, mise en oeuvre
- / Coacher ses équipes : analyser la maturité des équipes, développer l'autonomie, réguler et gérer les situations difficiles

// Pédagogie

Étude de cas, exercices de communication, travail sur cas concrets. Avec le soutien et le coaching des intervenants, les participants élaboreront une stratégie de changement et une vision mobilisatrice un plan de développement des managers et des collaborateurs, compte tenu des méthodes présentées.

Séquence témoignage : Un dirigeant interviendra pour illustrer une stratégie de changement de mode de gouvernance dans des opérations à l'international.

// Objectifs

Échanger ses pratiques et ses expériences du management dans les nouvelles économies

Acquérir des méthodes et des outils pour :

- / Faire le diagnostic « gouvernance » de ses opérations dans les pays émergents
- / Définir et mettre en oeuvre une stratégie de changement du mode de gouvernance
- / Élaborer et faire partager une vision mobilisatrice
- / Développer son leadership de manager, de dirigeant à l'international
- / Professionnaliser le management à l'international

// Public concerné

Directeur de l'international • Directeur du développement RH • Responsable RH au sein d'une entreprise internationale • Consultant interne • Chargé du projet d'internationalisation • Directeur d'une filiale dans un pays émergent • Directeurs de projets .

Plateformes Web d'intermédiation RH

Panorama du secteur, nouveaux besoins, nouvelles stratégies RH

INTERVENANTS : JEAN-NOËL BERENGER ET JEAN-PIERRE MARIACCIA

Programme

// Structure du secteur, acteurs principaux

- / Quel est le profil et quels sont les moyens, les stratégies des plateformes d'intermédiation et / ou des services de sourcing RH ? Quelles sont celles qui offrent une visibilité internationale ? Politiques, technologies, atouts et limites de chaque acteur, macro tendances
- / Quelles sont les meilleures offres sur le marché des plateformes d'intermédiation ? Offres de sourcing RH, offre de visibilité des principaux opérateurs, outils, fonctionnalités des sites, tarification, annonces, offres de publicité / de visibilité sur les sites web, offres d'affiliation, etc.
- / Quelles sont les bonnes pratiques des acteurs du marché ? Organisation de l'entreprise et hommes clés, fonctionnalités, offres, politiques marketing, outils technologiques d'optimisation des campagnes web marketing, prestataires, etc.)

// La demande

- / Quelles sont les tendances globales dans le domaine du sourcing RH et du recrutement par internet ? Le développement du social sourcing
- / Quels sont les secteurs concernés ? Pour quels types d'entreprises ?
- / Quel est le profil type du membre de la communauté d'une plateforme web RH / Business ? Quelles sont les attentes des professionnels, experts, entreprises susceptibles de recourir à ces plateformes ?
- / Quel prix sont-ils prêts à payer ?
- / Quels sont les moyens / stratégies de promotion de communication / de recrutement des membres / des clients susceptibles de fonctionner ?

// Les nouvelles stratégies de sourcing RH sur Internet

- / Adapter le recrutement et le management des RH à la stratégie digitale de l'entreprise
- / Comment passer de la Marque Employeur à l'Employeur Connecté ? Collaboration, sharing, engagement, gamification, rémunération, expression de la gratitude...
- / Avoir une vision commerciale de la politique RH : les méthodes pour définir une stratégie connectée
- / Définir une stratégie digitale RH : méthodes pour définir les besoins, construire une offre interne et piloter un projet RH 2.0

// Travail sur cas réel en session

Chacun travaille sur un projet de choix d'une plateforme de mise en relation, définit les objectifs de sa plateforme, élabore une stratégie et prépare un plan de mise en oeuvre compte tenu des informations présentées.

Cet atelier de travail, où le consultant est facilitateur, coach, dure 2 à 3 heures.

Après une pause, quelques participants présentent leur travail.

En conclusion, nous faisons la synthèse du cas avec des suggestions d'amélioration.

DURÉE	HORAIRES	PRIX
1 jour +1h**	9h-17h30	1050€ *

* Prix HT par participant, documentation et forfait repas inclus.
** Coaching individuel ou en groupe, horaires à définir avec le coach

// Objectifs

- Permettre aux professionnels des ressources humaines de :
- / Mettre à jour leurs connaissances sur le secteur des plateformes web de recrutement et d'intermédiation RH
 - / Découvrir les tendances, chiffres, événements et faits majeurs
 - / Connaître les profils et les stratégies des principaux prestataires
 - / Partager des méthodes, des outils et des bonnes pratiques pour analyser et définir une stratégie RH 2.0

// Public concerné

DRH • Responsables des ressources humaines • Responsable du recrutement • Responsables de la gestion des carrières • Community managers • Manager e-réputation • Responsable people développement • Responsable du recrutement international • Consultant interne • Chef de projet • Responsables des achats de services • Responsable chargé de programmes haut potentiel internationaux • Professionnels en charge d'activités de recrutement, formation et de communication au sein de l'entreprise.

Recruter, rémunérer et fidéliser les talents

Dans la zone Afrique du Nord, Moyen-Orient.
Stratégies et tactiques pour gagner la guerre des talents

INTERVENANT : JEAN-PIERRE MARIACCIA

Programme

DURÉE

1 jour

HORAIRES

9h-17h30

PRIX

995 € *

* Prix HT par participant, documentation et forfait repas inclus.

// Analyser les enjeux de la guerre des talents sur la zone Afrique du Nord, Moyen-Orient

- / Connaître les données clés de la situation des RH dans la zone : croissance, marché de l'emploi, taux d'activité, chômage
- / Identifier les problématiques du management des talents dans les pays de la zone Afrique du Nord, Moyen-Orient : définition des talents, recrutement, formation, rémunération, gestion des carrières
- / Comprendre les freins au développement d'une politique de recrutement et de management des talents

// Élaborer une stratégie de recrutement des talents

- / Comprendre ce qu'est un talent et son mode de fonctionnement
- / Connaître le marché des compétences sur la zone Afrique du Nord, Moyen-Orient
- / Analyser l'attractivité de son organisation pour les talents sur la zone Afrique du Nord, Moyen-Orient
- / Définir les profils cibles accessibles par son organisation

// Repérer et recruter les talents

- / Bâtir des stratégies de sourcing spécifiques pour chaque pays : repérage des talents en interne, sourcing externe
- / Repérer les potentiels : grilles de repérage, revues de potentiel
- / Choisir les modalités de sourcing externe : job boards, cvthèques, cabinets spécialisés, associations et institutions
- / Élaborer des processus de recrutement optimisés
- / Négocier les accords de partenariats avec les prestataires de services et les candidats
- / Outiller les acteurs du recrutement et mesurer l'efficacité du recrutement

// Définir une politique de gestion des talents appropriée et réaliste

- / Rémunération : un point clé de la politique de gestion des talents
- / Intégrer de nouvelles pratiques en recrutement, formation, gestion des compétences pour fidéliser les talents
- / Gérer les talents de la génération Y
- / Réajuster les politiques RH suite aux révolutions arabes

// Séquence témoignage

Un Dirigeant de la fonction ressource humaine, interviendra pour illustrer les problématiques de recrutement et de management des talents sur la zone Maghreb Moyen-Orient.

// Objectifs

- Avoir des idées et acquérir des méthodes et des outils pour :
- / Élaborer et mettre en œuvre une stratégie de recrutement et de fidélisation
- / Recruter les meilleurs talents pour la zone AMO
- / Mettre en place des politiques RH appropriées et réalistes sur la zone
- Échanger avec ses pairs ses bonnes pratiques de recrutement et de managements des talents dans la zone Afrique du Nord, Moyen-Orient.

// Public concerné

- DRH • Responsables des ressources humaines en charge de l'international
- Responsable people développement
- Responsable RH • Responsable en charge des opérations internationales
- Dirigeant ou responsable d'une filiale à l'étranger • Consultant interne • Responsables des achats de services
- Responsable chargé de projets internationaux • Professionnels en charge d'activités RH au sein de l'entreprise.

Négocier à l'international

WS10

Conduire une négociation stratégique dans un contexte multiculturel

INTERVENANTS : MICHEL RUDNIANSKI ET JEAN-PIERRE MARIACCIA

Programme

Fruit de la mondialisation, la concurrence accrue entre les entreprises implique pour celles-ci un degré de liberté diminué encore plus par les effets de la crise financière et économique qui se développe actuellement. Dans ces conditions comment l'entreprise doit-elle s'y prendre pour négocier au mieux de ses intérêts ? Quels sont les outils qu'elle peut mettre au service de ses négociateurs ?

// La négociation : une compétence stratégique pour l'entreprise

- / Les éléments caractéristiques d'un processus de négociation
- / Le rôle de la culture dans la négociation
- / Négocier de façon rationnelle : les outils de la Théorie des Jeux
- / La psychologie dans la négociation : les leçons de la Prospect Theory

// Préparer et conduire une négociation stratégique: les meilleures pratiques

- / Choisir une stratégie de négociation : l'approche occidentale, l'approche chinoise
- / Maîtriser les outils de la préparation stratégique : les apports des écoles de négociation
- / Choisir ses tactiques de négociation : zone de repli, points de blocages, points de fixations, argumentation
- / La danse du négociateur : défendre ses positions, obtenir des contreparties, faire des concessions, verrouiller les accords

// Affronter les situations de négociations difficiles : les stratégies efficaces

- / Négocier avec étrangers : mesurer l'impact de la culture sur le comportement en négociation
- / Négocier en cas d'agressivité ou de manipulation de l'autre partie
- / Désamorcer les résistances et gérer les conflits
- / Gérer les pièges des négociations multiples

// Cas d'une négociation dans un contexte international

Le déroulement pédagogique donne lieu à l'étude d'un cas concret de négociation et à une simulation vidéo filmée. Un débriefing est organisé par les intervenants à l'aide de la vidéo en cumulant les aspects stratégiques et comportementaux de la négociation.

DURÉE	HORAIRES	PRIX
2 jours	9h-17h30	1590 € *

* Prix HT par participant, documentation et forfait repas inclus.

// Objectifs

Permettre aux acteurs d'une négociation de :

- / Resituer cette négociation dans son contexte et mieux déterminer ainsi ses véritables enjeux
- / Comprendre les ressorts psychologiques souvent implicites des acteurs
- / Définir de façon rationnelle une stratégie de négociation permettant d'en optimiser les résultats
- / S'approprier des bonnes pratiques de conduite de négociation

// Public concerné

Dirigeants • Managers qui souhaitent avec leurs pairs, progresser en négociation et s'approprier de nouvelles pratiques et outils, utiles à la négociation stratégique.

Manager les risques interculturels

Comprendre et gérer les différences culturelles pour manager efficacement à l'international

INTERVENANT : NATHALIE LOUX

Programme

DURÉE	HORAIRES	PRIX
2 jours	9h-17h30	1390 € *

* Prix HT par participant, documentation et forfait repas inclus.

// Comprendre les risques interculturels

- / Multiculturel ou interculturel ?
- / Les difficultés rencontrées en management
- / Le danger de l'ethnocentrisme
- / Le filtre culturel

// Les différents niveaux et sources de culture

- / Les 3 niveaux de culture : symboles, héros et rituels
- / Les valeurs, le curseur des valeurs

// Les sources de la culture selon Edward T. Hall

- / La langue (contexte riche ou pauvre)
- / Le rapport à l'espace (proxémie large ou courte)
- / Le rapport au temps (monochrome et polychrone)
- / Les grilles de compréhension d'une culture : élaboration de son profil culturel

// Les modèles interculturels de Geert Hofstede

- / La relation au pouvoir : distance hiérarchique courte ou longue
 - / Individualisme ou collectivisme
 - / Masculinité ou féminité
 - / La relation à l'incertitude : forte ou faible
- Influence de ces quatre dimensions sur la communication et le management dans un contexte offshore

// La typologie des différences culturelles selon Fons Trompenaars

- / Universalisme ou particularisme
 - / Individualisme ou collectivisme
 - / Objectivité / subjectivité
 - / Degré d'engagement diffus ou limité
 - / Statut attribué ou acquis
 - / Volonté de contrôle de la nature
- Influence de ces six dimensions sur la communication et le management dans un contexte offshore

// Manager, négocier dans un environnement interculturel

- / Communiquer efficacement avec les principales cultures : conseil et erreurs à éviter
- / La prise d'initiative, le droit à l'erreur, la responsabilisation
- / Comprendre l'impact de la culture sur le comportement en négociation : le modèle de la Harvard Law School
- / Comment faire avec les Allemands, les Anglais, les latins, les Moyen-Orientaux, les Chinois, les Arabes, etc.

// Faire face aux situations les plus difficiles

- / Gérer les équipes dans des contextes de crises politiques, économiques et sociales
- / Mener une négociation dans un contexte hostile
- / Gérer un conflit social
- / Gérer un plan de fermeture d'une usine ou d'une filiale à l'étranger : les erreurs à éviter

// Objectifs

- / Identifier les malentendus liés aux différences culturelles
- / Connaître l'implication des différences culturelles dans le management et les relations professionnelles
- / Identifier les compétences à développer pour travailler avec des personnes de cultures différentes
- / Analyser et comprendre diverses stratégies de contacts avec des personnes de différentes cultures
- / Faciliter la communication, prévenir et gérer les conflits et malentendus en exerçant les médiations nécessaires
- / Être crédible dans toute situation interculturelle et développer la confiance mutuelle
- / Construire un synoptique pays (activer un processus de recherche d'informations, construire une grille de lecture de la culture du pays, se débarrasser des stéréotypes et préjugés)

// Public concerné

Dirigeant ou responsable en charge des opérations internationales • Dirigeant ou responsable d'une filiale à l'étranger • DRH • Responsable des ressources humaines • Responsable marketing ou du développement • Consultant interne • Responsables des achats de services • Responsable chargé de projets internationaux • Professionnels en charge d'activités offshore au sein de l'entreprise.

Elecio Consulting

Conseil, formation et recrutement pour votre développement à l'international

QUI SOMMES-NOUS ?

ELECIO Consulting est un Cabinet de conseil spécialisé dans l'accompagnement des entreprises et des organisations sur la zone « Europe-Méditerranée, Afrique, Maghreb, Moyen-Orient » et les principales économies émergentes.

Nous apportons à nos clients des solutions sur-mesure en conseil, formation et recrutement dans 3 domaines :

// Le recrutement et l'intégration des talents

- / Repérer, approcher, recruter, et suivre l'intégration des collaborateurs dans l'entreprise
- / Définir les conditions de l'intégration réussie des collaborateurs (rémunérations, management, modalités contractuelles, ...)
- / Accompagner la fonction RH sur la zone Afrique Moyen-Orient (Atelier stratégie RH, Charte Management, GRH,...)

// Le management et le développement des ressources humaines

- / Conduire des projets de développement RH (évaluations, assessment, programmes de développement des compétences, coaching...)
- / Améliorer l'efficacité des managers et de leurs équipes dans des situations à fort enjeux (changement de pratiques, appropriation d'outils, marchés tendus...)
- / Renforcer les compétences des dirigeants et collaborateurs clés (stratégie, management, développement commercial, efficacité professionnelle...)

// Les stratégies d'internationalisation et le développement de la croissance

- / Réaliser des études d'opportunité pour le déploiement des stratégies d'internationalisation
- / Optimiser la mise en œuvre des stratégies offshore dans la zone Afrique Moyen-Orient
- / Identifier des cibles d'acquisition ou de partenariat dans les nouvelles économies
- / Accompagner le développement des entreprises à l'international (renseignement commercial, définition et mise en œuvre de la stratégie de développement, efficacité commerciale...)

// Allez sur nos sites

- / www.elecio.fr
- / www.elecio.fr/workshops
- / <http://etudes.elecio.fr>

// Nous vous apportons

- / Une connaissance intime de la zone Méditerranée – Afrique du Nord
- / Une expérience internationale acquise auprès d'entreprises de premier plan
- / Des réponses adaptées à votre contexte
- / Une forte proximité culturelle
- / Un réseau établi sur la zone
- / Une organisation qui ajuste son fonctionnement en fonction du client
- / Une approche sur mesure fondée sur une démarche projet partagée

// VOS CONTACTS

- / **À Paris**
Jean-Pierre MARIACCIA
Tél. : + 33 (0)6 83 70 66 91
jean-pierre.mariaccia@elecio.fr
- / **À Casablanca**
Nadia MAZOUZ
Tél. : + 212 (0)6 65 82 46 46
Nadia.mazouz@elecio.fr

Elecio Consulting est membre de Syntec Informatique.

Pour toute question

Contactez-nous au + 33 (0)9 78 23 75 22 *

*(non surtaxé)



Les intervenants

Les formations d'Elecio Consulting sont assurées par des spécialistes reconnus

JEAN-NOËL BERENGER

Jean-Noël a dirigé la rubrique emploi formation du site du Journal.net et occupé des fonctions de Directeur de Publicité au sein de Benchmark group. pendant 4 ans, il a occupé les fonctions des Directeurs marketing et commercial du site Aujourd'hui.com, site drainant plusieurs centaines de milliers de visiteurs chaque mois. Il est aujourd'hui consultant indépendant et conseille les entreprises sur leur stratégie digitale RH et sur la monétisation de la publicité sur internet. Jean-Noël est diplômé de l'ISC Paris.

ISABELLE DREUILHE

Isabelle a plus de 27 ans d'expérience à l'international, dont 15 ans de direction dans des sociétés high tech de premier plan (dont 8 ans en IT Outsourcing), dans des fonctions marketing, vente, business development et direction internationale. Elle a créé et dirigé 1 entreprise de Négoce filiale de groupe allemand leader dans l'Eclairage. Elle a aujourd'hui une activité de Conseil - Formation à l'international COWINR, spécialisée sur l'ASIE. Isabelle est diplômée d'un MBA franco-américain : BBA Georgia Southwestern College, Atlanta, GA et d'un 3^e cycle à l'ISG, Paris.

JEAN-PIERRE GERAULT

Jean-Pierre a plus de 25 ans d'expérience de management et de direction de sociétés High Tech de premier plan. Après 17 ans chez XEROX où il a occupé des fonctions de direction générale en France et en Europe, il a été en charge de la Direction Générale du groupe GUILBERT. Il s'est investi dans le domaine de l'innovation technologique comme Dirigeant ou Administrateur de sociétés innovantes. Il a en particulier dirigé la société i2S, leader de solutions de numérisation à l'origine de premières mondiales dont il a conduit l'introduction en bourse en 2007. Très impliqué dans les nouvelles technologies, il a été à l'origine de plusieurs initiatives dans le domaine du numérique. Il a notamment reçu un Award par le Smithsonian Institute (Washington DC) en 2001 et lancé le consortium de R&D privé-Public POLINUM (2009-2012, plateforme opérationnelle du livre numérique), financée par la Communauté Européenne. Jean-Pierre est cofondateur de Publishroom, conférencier à HEC et Sciences Po, Advisor à l'Executive MBA d'HEC et accompagne lors de séminaires les entrepreneurs dans leur développement. Il est Président du Comité Richelieu (Association des entreprises d'innovation & de croissance) et Vice-Président du Pacte PME.

Jean-Pierre est Docteur Ingénieur de l'Institut Polytechnique de Toulouse et Diplômé de l'Institut d'Administration des Entreprises.

NATHALIE LOUX

Diplômée en droit et en sciences politiques, Nathalie a occupé des fonctions de cadre bancaire puis de co-directeur d'une école supérieure de commerce. Puis elle a été successivement consultant senior et responsable de la zone francophone au sein d'un grand cabinet de conseil et de formation américain.

Universitaire, intervenante à l'Université de Strasbourg - École du Management Européen, elle fut responsable du Master Ressources Humaines. Elle intervient à l'Université Paris 1 Panthéon Sorbonne sur la thématique « Cultural Dimensions, Etiquette and Protocol » ainsi que pour le ministère des Finances et l'Ecole Nationale d'Administration sur « Gouvernance et leadership ».

Elle est l'auteur de plusieurs ouvrages et articles sur le temps et les priorités, sur le protocole français et le management. Le dernier ouvrage collectif traite de « Cultures et culture : un défi pour les droits de l'homme. L'approche interculturelle : une solution pour faire face à la diversité ? » sous la direction du Professeur Ali Sedjari, Edition l'Harmattan - Gret, 2011.

Elle dirige Synergie Communication, Cabinet spécialisé en accompagnement des dirigeants.

Les intervenants

Les formations d'Elecio Consulting sont assurées par des spécialistes reconnus

DÉSIR MAKAN

Désir a créé et dirigé plusieurs entreprises dans le secteur du conseil, et du développement en France et sur le continent africain (Africa Business Solutions). Il dirige également la CEEDA (Chambre Economique pour l'Entrepreneuriat et le Développement en Afrique). Comme coach et consultant en stratégie et en organisation, spécialiste en développement, il intervient régulièrement auprès d'entreprises publiques, privées ou d'associations dans le cadre de missions d'expertises variées sur plusieurs pays d'Afrique de l'Ouest : Stratégie et développement d'affaires, audit organisationnel, assistance au management de projets, médiation dans des contextes conflictuels, développement, et recherche de nouveaux clients, aide à la recherche de financement. Désir est diplômé en management et entrepreneuriat à l'Université de Paris.

JEAN-PIERRE MARIACCIA

Jean-Pierre a occupé des fonctions d'ingénieur d'affaires, de manager, de directeur général dans l'informatique, les télécommunications. Puis il a été successivement consultant, consultant senior et directeur général de la filiale Maroc au sein d'un grand cabinet de conseil et de formation européen. Il est aujourd'hui dirigeant d'Elecio Consulting, cabinet de conseil spécialisé dans l'accompagnement des entreprises sur les nouvelles économies. Il conduit de nombreuses missions de conseil, de recrutement et de formation auprès de grandes entreprises sur la zone Afrique Moyen Orient. Jean-pierre est diplômé du SKEMA à Nice et titulaire d'un MBA de l'Université Bocconi à Milan.

VARGHA MOAYED

Titulaire d'un MBA de l'Université de WHARTON en Pennsylvanie (USA), Vargha a travaillé plus de 5 ans chez McKinsey avant d'occuper diverses responsabilités dans le domaine marketing, vente, finance, business development et direction générale dans les secteurs du conseil, de l'informatique et des télécoms. Il a conseillé les plus grandes entreprises mondiales dans le domaine de la stratégie et du management.

RICHARD PEYNOT

Richard a occupé des fonctions de développeur, chef puis directeur de projet informatique pendant 13 ans en société de services. Pendant 6 ans à la DSI de PSA Peugeot Citroën il a piloté l'introduction de nouvelles technologies. Il a ensuite été analyste pendant 7 ans au cabinet Forrester Research.

Il est aujourd'hui analyste et consultant, spécialisé sur l'outsourcing, l'offshore et l'évolution de la DSI. Richard Peynot est certifié eSCM-CL.

MICHEL RUDNIANSKI

Michel cumule plus de 25 ans d'expérience comme enseignant, chercheur et consultant. Il est Titulaire d'un Doctorat d'Automatique & d'une Maîtrise d'Histoire, il est Directeur académique des Masters Internationaux en Management à l'Institut International du Management du Conservatoire National des Arts et Métiers. Il est aussi chargé d'enseignement à HEC Expert à l'APM. C'est des experts mondiaux dans le domaine de l'Aide à la décision et de ses applications à la stratégie, l'organisation, et les situations de négociation. Il est auteur de nombreux ouvrages.

NORBERT SAGNARD

Norbert a développé son expertise en marketing chez Motorola, GE et Vodafone au cours des années 90, puis orchestré au début du millénaire le développement mondial de la marque Logica dans le secteur de la messagerie mobile.

Son bureau de conseil en marketing international Sagnard Associates a conçu depuis 2003 des plans marketing et lancement de marché pour des sociétés de technologies nouvelles dans les secteurs du Mobile et du Web en Irlande, Royaume-Uni, Allemagne et Chine/Japon. Norbert est un des fondateurs de la Mobile Marketing Association (New York/Londres) et est chargé de cours en Marketing Mobile à l'Institut du Marketing Digital (Dublin/Londres), pour lequel il a contribué au développement structure et contenu de leur Diplôme en Marketing Mobile lancé en mai 2014.

Il est également un business angel actif avec ses investissements dans des start-ups qui offrent des produits et services mobiles innovants, telles Goprezzo (Tournois pour jeux mobiles), GoReport (application mobile dans le Cloud pour géomètres), Sensus (plateforme mobile d'analyse émotionnelle en temps réel), Rotor (Composition automatisée de clips vidéo), et Tagged (Marquage de contenu vidéo pour commerce mobile et web). Il a également investi dans Momentum VC, un fonds d'investissement en start-ups mobile à la Silicon Valley, et est un mentor de start-ups en plateformes mobiles (Inflyte, Receet, Little Deli, GymOS) en Irlande.

Norbert est titulaire d'un MBA de l'Université Bocconi à Milan.

JEAN-CLAUDE TAGGER

Jean-Claude a plus de 25 ans d'expérience de direction dans des sociétés high tech de premier plan, dans des fonctions techniques, marketing, vente, supply chain business development et direction générale. Il a dirigé DELL en France et a été le CEO de NEC Computers en Europe de 2002 à 2008. Il a aujourd'hui une activité de conseil auprès de nombreuses sociétés du secteur high tech. Directeur du Master International Business au SKEMA, il est également diplômé de l'école des Ponts et Chaussées et de l'université de Berkeley.

CONDITIONS DE PARTICIPATION

// Conditions d'inscription

Nous vous demandons de nous adresser votre inscription au moins 10 jours avant la tenue du workshop. Votre inscription ne devient définitive qu'après réception du règlement correspondant au workshop. Le maintien des workshops dépend d'un nombre minimum de participants. Si un workshop n'est pas maintenu, votre droit d'inscription est reporté indéfiniment sur l'année en cours ou l'année suivante ou remboursée selon votre choix.

// Coût

Le coût intègre la participation, les supports de formation, les pauses café et déjeuners. Une facture correspondante vous est adressée après la tenue du workshop. Les autres frais de séjour et de déplacement sont à votre charge.

// Conditions de substitution, d'annulation et de remboursement

Les substitutions de participants sont acceptées au plus tard 2 jours ouvrables avant la date du séminaire et l'annulation 10 jours ouvrables avant la date. En deçà, elecio consulting conservera 100% du montant de l'inscription.

// Financement

Les workshops elecio consulting peuvent être pris en charge au titre de la formation professionnelle continue (N° déclaration d'activité Formation Elecio consulting : 1175 42209 75).

Fiche d'inscription

À photocopier, une par participant.
Pour toute information et inscription,
contactez-nous au 0 825 74 17 81*
Allez sur notre site internet :
www.elecio.fr/workshops

*(15 cts / minute)

À retourner par mail à :
Workshop2014-15@elecio.fr
ou par fax au :

+33 (0)1 45 89 30 21

ou par courrier, accompagnée
du règlement à l'adresse suivante :

Elecio Consulting
41, rue Barrault
75013 Paris

WORKSHOP

ENTREPRISE

Code du workshop //

Raison sociale //

Date de votre choix //

Adresse //

Nom et fonction du responsable //

PARTICIPANT

e-mail //

Prénom //

Téléphone //

Nom //

Adresse de facturation*

(Si un organisme collecteur est à facturer, joindre l'accord de prise en charge)

Fonction //

SIGNATURE

e-mail //

**Nous déclarons avoir pris connaissance et approuvé
les modalités d'inscription et d'annulation ci-dessous**

Téléphone //

Nom //

Tarif par participant
(indiquer le montant HT) //

À // Le //

Le chèque de paiement est à libeller au nom
d'Elecio Consulting, 41, rue Barrault 75013 Paris.
Pour les paiements par virement, nous consulter.

Signature et cachet

Inscription : votre inscription ne devient définitive qu'après réception du règlement correspondant. Une facture correspondante sera adressée ultérieurement. Le coût intègre la participation, les supports de formation, les pauses café et déjeuners.

Conditions de substitution, d'annulation et de remboursement : les substitutions de participants sont acceptées au plus tard 2 jours ouvrables avant la date du séminaire et l'annulation 10 jours ouvrables avant la date. En deçà, Elecio Consulting conservera 100% du montant de l'inscription.

Les workshops Elecio Consulting peuvent être pris en charge au titre de la formation professionnelle continue (N° déclaration d'activité Formation Elecio Consulting : 1175 42209 75).

Elecio Consulting,
41, rue Barrault, 75013 Paris
tél. : +33 (0)1 45 89 02 60
fax : +33 (0) 1 45 89 30 21
www.elecio.fr

Sarl au capital de 8 000 €
n° de formation : 1175 42209 75
RCS PARIS : B 498 714 070



Elecio Consulting,
41, rue Barrault, 75013 Paris
tél. : 33 9 78 23 75 22 *
fax : +33 (0)1 45 89 30 21
www.elecio.fr
Sarl au capital de 8 000 €
n° de formation : 1175 42209 75
RCS PARIS : B 498 714 070
**(non surtaxé)*