



ELECIOCONSULTING

Externalisation·Management
interculturel·Développement
international

workshops

2011

Conférences
Formations
Ateliers
Coaching



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

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

// DIRECTIONS DES RESSOURCES HUMAINES CHARGÉES DE L'INTERNATIONAL

// DIRECTIONS CHARGÉES DU DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL

Prenons les choses en main!

Faut-il subir la mondialisation de l'économie et ne voir que ses effets pervers : délocalisations industrielles, baisse des salaires dans certains secteurs de l'économie, concurrence jugée déloyale de pays à faible taux de couverture sociale, réseaux criminels internationaux... Avec la tentative de repli sur soi que certains nous proposent ?

Ou faut-il au contraire s'organiser, se préparer, mobiliser nos forces et nos ressources pour saisir les opportunités que nous offre une économie de plus en plus ouverte, dynamique, innovante et cela dans un contexte de démocratisation progressive partout dans le monde comme le montre l'extraordinaire évolution du monde arabe en 2011 mais aussi les avancées démocratiques en Asie et en Afrique ? Bien sûr, c'est cette deuxième option que nous devons choisir.

Les opportunités sont nombreuses : développement des BRIC et plus globalement des pays émergents qui assureront dans les années à venir l'essentiel de la croissance mondiale, développement de secteurs entiers de l'économie mondiale dans l'énergie avec par exemple le marché des bâtiments intelligents ou les offres smart grid, dans les technologies de l'information avec le cloud computing, le green IT ou l'embarqué, ou encore le développement des services bancaires, télécoms et l'augmentation exponentielle du taux d'équipement des ménages dans les pays émergents, en biens manufacturés.

Cette offre d'ateliers 2011, animés par des experts parmi les meilleurs dans leur domaine, est conçue pour vous permettre d'échanger vos expériences et d'enrichir vos pratiques, pour élaborer vos stratégies, manager vos équipes, vendre vos produits et services, optimiser votre efficacité globale à l'international.

Je vous souhaite beaucoup de plaisir avec les workshops Elecio 2011.

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

Planning 2011/2012

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

Allez sur notre site internet : www.elecio.fr/workshop2011

*(15 cts / minute)

STRATÉGIE

W1	L'outsourcing des activités IT Enjeux et méthodologies	1 jour	Richard PEYNOT	19 septembre 09 novembre 26 janvier	
W2	IT outsourcing China versus India Trends, opportunities and best practices	1 jour	Isabelle DREUILHE	20 septembre 10 novembre 27 janvier	NEW
W3	Var's : quelle stratégie cloud computing? Opportunités et menaces	1 jour	Jean-Claude TAGGER	22 septembre 23 novembre 8 février	NEW
W4	Éditeur de logiciel : quelle stratégie d'internationalisation? Se développer sur les marchés internationaux	1 jour	Jean-Claude TAGGER	23 septembre 24 novembre 9 février	NEW

DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

W5	Réussir son développement commercial au Maroc Saisir les opportunités, gérer les risques	1 jour	Jean-Pierre MARIACCIA	18 octobre 18 janvier 21 mars	NEW
W6	Assurer sa croissance dans les pays émergents Stratégie de développement, business plan à l'international	1 jour +2h	Isabelle DREUILHE	21 septembre 10 octobre 15 décembre 16 février	NEW
W7	Vendre des projets complexes dans l'industrie et les services Comprendre les enjeux et identifier les opportunités	2 jours +2h	Jean-Pierre MARIACCIA Laurent PAITSCHIN	20-21 octobre 21-22 décembre 13-14 février	NEW
W8	Développer ses activités en Algérie Exporter, investir, transférer des technologies	1 jour	Mounir GAOUAR Zakir KIER	19 octobre 19 janvier 20 mars	NEW

MANAGEMENT

W9	Management interculturel Comprendre les différences interculturelles pour manager efficacement dans la globalisation	2 jours	Nathalie LOUX	7-8 novembre 23-24 janvier	
W10	Sept compétences clés pour manager efficacement à l'international	2 jours	Manuel DE SOUSA	27-28 septembre 17-18 novembre 16-17 janvier 16-17 février	NEW
W11	Recruter et fidéliser les talents dans la zone Afrique Moyen-Orient Stratégies et tactiques pour gagner la guerre des talents	1 jour	Jean-Pierre MARIACCIA	12 octobre 14 décembre 15 février	NEW
W12	Diriger, gérer des projets dans les nouvelles économies Améliorer la gouvernance et accompagner le changement	2 jours	Nathalie LOUX Vargha MOAYED	19-20 décembre 6-7 février	NEW

EFFICACITÉ PROFESSIONNELLE

W13	Doper son efficacité relationnelle Quatre techniques de développement personnel	2 jours	Michelle ROUDAUD	19-20 décembre 23-24 janvier 15-16 mars	NEW
W14	Négociations internationales Les outils pour négocier dans un contexte multiculturel	2 jours	Michel RUDNIANSKI Jean-Pierre MARIACCIA Laurent PAITSCHIN	20-21 septembre 9-10 novembre 18-19 janvier	
W15	Optimiser les coûts de formation et de communication de vos projets internationaux La technologie au service de l'innovation pédagogique	1 jour	Benjamin ROUSSEAU	11 octobre 13 décembre 14 février	NEW

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.

L'outsourcing des activités IT

Enjeux et méthodologies

INTERVENANT : RICHARD PEYNOT

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 DSI et Directions de l'Organisation dans les entreprises, un temps précieux de réflexion et d'échange pour, préparer efficacement une stratégie d'externalisation de l'IT dans leur entreprise.

// Les enjeux de la DSI et la place de l'externalisation

- / Les enjeux de la DSI et la composante externalisation
- / Pourquoi externaliser
- / Les difficultés récurrentes
- / La problématique actuelle
- / Le cycle de sourcing

// Les modèles d'externalisation

- / Cinq modèles de base autour desquels construire sa stratégie

// Mettre en œuvre le cycle de sourcing

- / Phase 1 : définir les objectifs et la stratégie
- / Phase 2 : définir le programme d'externalisation
- / Phase 3 : rechercher des prestataires de service
- / Phase 4 : transition
- / Phase 5 : gestion, contrôle et mesure

// La gestion du sourcing et des relations prestataires-clients

- / Le référentiel eSCM

// Comprendre le marché et l'offre d'externalisation

- / L'écosystème informatique et la place des services
- / Données (monde, Europe, France)
- / L'offshore
- / Restructuration des SSII, évolution des offres, industrialisation, GDM (global delivery model)
- / Évolution et consolidation du marché, fusions-acquisitions

// Témoignage d'une société active sur le marché de l'externalisation

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

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

// Objectifs

Permettre aux Dirigeants et responsables des stratégies d'Outsourcing de :

- / Analyser les enjeux de l'externalisation
- / Comprendre le marché des services informatiques et analyser l'offre d'externalisation
- / Préparer et mettre en œuvre les actions de sourcing

// Public concerné

Directeurs des systèmes d'information n'ayant pas externalisé, ou ayant très peu externalisé • Directeurs des opérations • Directeurs des études • Responsables de domaines informatiques (infrastructure, service desk, développement, intégration) • Responsables de parcs applicatifs (développement et/ou maintenance) • Responsables de stratégie de sourcing informatique • Acheteurs de prestations de services informatiques • Responsables des achats.

IT outsourcing India versus China

Trends, opportunities and best practices

SPEAKER : ISABELLE DREUILHE

Programme

India is recognized to be worldwide leader in IT Outsourcing. China has been now demonstrating a real ambition in IT Outsourcing. So let's question when, what for and how to consider China as a possible option / alternative in the short – medium term. It is necessary to any Outsourcer to build up knowledge and experience on how to design, negotiate and implement IT Outsourcing agreements in China and India with best success and minimum risks.

// New stakes in Information systems management

- / Innovative trends and State-of-the-art-of-Technology
- / Skilled resources, time-to-market and quality level
- / Optimizing Total Cost of Ownership : purchasing + services + training + maintenance

// Outsourcing strategies

- / Review of Outsourcing strategies
- / Review of Outsourcing process and implementation steps
- / Examples in IT industry : Orange, IBM, SITA
- / Key success factors in IT Outsourcing

// Understanding differences between China & India

- / Key assets and most favorable business environments,
- / IT Industry analysis : key activities and players, geographical concentrations of expertise
- / Pros & cons : China or India

// Implementing the IT outsourcing strategy : India versus China

- / Business climate and environments
- / Countries analysis : IT performance
- / Assessing opportunities and trade off : risks, level of control
- / Approaches, methodologies,
- / Identifying and assessing the potential Partners and network
- / Organizational and negotiation issues
- / Keys for decision making and Outsourcing contract signature
- / Dealing with cross-cultural issues: project management and follow-up

// Business case

A Business case will be proposed to participants as a support tool during the workshop : the case will be illustrating the whole outsourcing process

DURATION

1 jour

SCHEDULE

9h-17h30

FEEES

1050€*

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

// Objectives

This seminar is a specialized program designed to help participants analyzing, assessing and addressing IT outsourcing opportunities in China & India. The seminar intends to increase awareness as to support the right decision and dedicated action on the selected outsourcing market. This workshop will be helping participants to:

- / increase their ability to understand & adapt to Chinese & Indian IT business scene,
- / improve their capacity to design effective IT outsourcing strategies in these two countries,
- / implement the business partner's search - selection - process effectively

// Who should attend:

CIO of companies willing to outsource • Companies having a first • Outsourcing experience • Directors of operations, Project management directors • Operations managers • Studies department managers • IT management program managers (infrastructure, desk service, development, integration) • IT Outsourcing managers • IT services procurement – purchasing managers • Purchasing managers (value added services).

Var's : quelle stratégie cloud computing ?

Opportunités et menaces

INTERVENANT : JEAN-CLAUDE TAGGER

Programme

À l'heure où les leaders mondiaux du Cloud Computing Google, Microsoft, Sales Force.com font du Cloud le socle de leur business model, le rôle des value added resellers (VAR's) dans la chaîne de valeur globale est remis en question. Différentes réponses sont possibles pour saisir les opportunités offertes par le Cloud Computing.

// Comprendre le marché et l'offre cloud

- / Définition – État de l'art
- / La réalité du marché vs le marketing buzz

// Le cloud computing : l'impact sur les VAR's

- / Changement de business model des autres acteurs
- / Attentes clients

// Les options possibles pour saisir les opportunités du cloud

- / Les différents scénarios stratégiques
- / Les ressources nécessaires
- / Les étapes de mise en œuvre

// Business case

Pour un groupe de 9 à 12 participants, on constitue 4 sous-groupes de 2 à 3 personnes ; chaque groupe étudie une entreprise particulière et définit la stratégie possible cloud computing.

Cet atelier de travail est organisé en 1 ou 2 séquences, pendant lesquelles le consultant facilite la réflexion en apportant son expérience. Chaque groupe présente son analyse.

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

DUREE

1 jour

HORAIRES

9h-17h30

PRIX

1150€*

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

// Objectifs

Permettre aux Dirigeants des VAR's Intégrateurs de :

- / Analyser les enjeux du cloud computing pour leur entreprise
- / Comprendre le marché des services associés du cloud et analyse l'offre cloud
- / Définir et mettre en œuvre leur stratégie Cloud Computing

// Public concerné

Directeurs généraux de sociétés VAR's • Directeurs des opérations • Directeurs du business développement chez les VAR's • DSI, responsable informatique, souhaitant comprendre la stratégie des VAR's dans le domaine du Cloud Computing • Responsables de stratégie de sourcing informatique • Acheteurs de prestations de services informatiques • Responsables des achats.

Éditeur de logiciel, quelle stratégie d'internationalisation ?

Se développer sur les marchés internationaux

INTERVENANT : JEAN-CLAUDE TAGGER

Programme

Le développement international est souvent un passage obligé pour assurer la pérennité d'un éditeur de logiciel. Les opportunités de développement à l'international sont multiples et présentent des risques différents ; les entreprises éditeurs ou clientes doivent évaluer ces stratégies.

// Les enjeux de l'internationalisation pour les éditeurs logiciels

- / 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
- / Mode d'approches

// Business case

Pour un groupe de 9 à 12 participants, on constitue 4 sous-groupes de 2 à 3 personnes ; chacun étudie **une entreprise particulière** 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.

DURÉE

1 jour

HORAIRES

9h-17h30

PRIX

1150€ *

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

// Objectifs

Permettre aux Dirigeants des éditeurs de logiciel ou de sociétés commercialisant des offres logicielles 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 • DSI • Responsable informatique • Consultants • Dirigeants ou responsables souhaitant comprendre la stratégie d'internationalisation des éditeurs de logiciel ou de sociétés commercialisant des offres logicielles • Responsables de stratégie de sourcing informatique • Responsables des achats.

Réussir son développement commercial au Maroc

Saisir les opportunités, gérer les risques

INTERVENANT : JEAN-PIERRE MARIACCIA

Programme

// Comprendre le marché marocain

- / 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 au Maroc : les règles à connaître
- / La vie des affaires au Maroc

// Identifier les opportunités d'affaires dans le contexte marocain

- / Connaître ses marchés : les approches quantitatives et qualitatives
- / Choisir ses cibles au Maroc: 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

// 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
- / Élaborer les outils et formaliser les bonnes pratiques
- / Établir un référentiel de bonnes pratiques : conduite de réunion, entretiens, outils de reporting

- / Customiser les outils à chaque métier, à chaque situation
- / Bâtir un plan d'accompagnement de chaque manager : les différentes approches

// Mettre en œuvre une stratégie de développement gagnante au Maroc

- / 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 marocains

- / 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 au Maroc

- / La structure de coût type d'une filiale commerciale au Maroc, le coût de structure de production, de construction
- / Les salaires et les taux de facturation des services au Maroc
- / Les défis à relever pour rentabiliser vos opérations marocaines

// Ateliers, Echanges, témoignages

Intervention d'un entrepreneur ou d'un dirigeant d'une société implantée au Maroc.

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 du Maroc
- / Analyser les opportunités qu'offre le Maroc : 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 • Directeurs de filiale Maroc nouvellement nommé • Responsables Marketing ou du développement • Consultants en développement international • Responsables du développement international • Ingénieurs d'affaires confirmés

Assurer sa croissance dans les pays émergents

Stratégie de développement, business plan à l'international

INTERVENANTE : 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 en pays émergents

- / 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 et d'attraits
- / Identification, prévention et gestion des risques
- / Les modalités du développement à l'international : structures & mode d'approches 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

1250€*

* 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 pays émergents
- / Élaborer sa stratégie de développement et de croissance
- / Préparer la construction du business plan international

// 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.

Vendre des projets complexes dans l'industrie et les services

Comprendre les enjeux et identifier les opportunités, mettre en place une stratégie pour gagner, réussir le déploiement des grands projets

INTERVENANTS : JEAN-PIERRE MARIACCIA ET LAURENT PAITSCHIN

Programme

L'ère nouvelle dans laquelle nous entrons est celle de l'accélération.

Une situation concurrentielle inédite est née de la mondialisation de l'économie, et de la fin de l'avantage coût par la production de masse dans les pays développés. Les efforts des offreurs de solutions portent maintenant sur l'innovation pour créer des nouveaux marchés et développer les premiers un avantage concurrentiel déterminant et dans ce contexte, la prime de performance revient à la vitesse.

Les acteurs du développement commercial jouent un rôle clé pour inscrire la vitesse de changement de leur entreprise, de son activité, de ses processus et de ses hommes, et de sa stratégie commerciale et marketing dans celle d'un monde en pleine transformation et qui connaît des crises de toute nature.

L'ambition de ce workshop est donc d'aider les participants à prendre de la hauteur, à faire grandir leurs compétences et à gagner en anticipation et en vitesse sur le management de ces transformations afin d'en faire de véritables opportunités de croissance à l'international.

// Partie 1 : comprendre les enjeux des clients et identifier les opportunités

Comment identifier avant ses concurrents les attentes latentes de ses clients pour s'en servir de points d'appuis dans le processus de création de valeur ?

- / Intégrer le changement du contexte des affaires
- / Mesurer l'impact de l'évolution des organisations sur les entreprises
- / Écouter la voix des clients : les attentes des clients et les freins au changement

Comment créer les conditions pour transgresser le moment venu les règles compétitives implicites pour une meilleure satisfaction de ses clients ?

- / Repérer les règles du jeu commercial
- / Agir sur la perception du client
- / Développer une agilité commerciale

Comment choisir ses clients pour être en place chez les champions du marché ?

- / Évaluer l'attractivité des clients
- / Mesurer sa position concurrentielle chez chaque client
- / Cibler son effort commercial sur les trois types de clients : or, argent, bronze

// Partie 2 : mettre en œuvre la stratégie pour gagner

Comment se positionner stratégiquement dans les groupes de décision pour accélérer et faire naître les grands projets de demain ?

- / Comprendre l'organisation du client et le rôle des acteurs
- / Cerner les attentes spécifiques de chacun : exemple 10 critères de décision d'achat du DSI
- / Qualifier le processus de décision des grands projets
- / Évaluer l'attractivité, la faisabilité et la compétitivité pour chaque projet :
- / Établir un discours différencié, répartir ses efforts pour atteindre ses objectifs : la cartographie d'influence

Comment estimer, améliorer et exprimer avec conviction la valeur créée par une solution pour répondre aux besoins exprimés par le client ?

- / Maîtriser l'étude des risques : l'approche par le calcul des différentiels
- / Estimer la valeur de l'investissement pour le client, calculer un TCO, un ROI
- / Convaincre et communiquer la valeur, rédiger un executive summary
- / Réussir la soutenance de ses projets : l'executive summary meeting

DURÉE	HORAIRES	PRIX
2 jours+ 2h**	9h-17h30	1940€ *

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

// Partie 3 : réussir le déploiement des grands projets

Comment bien piloter ses projets pour assurer le «ré-achat» ?

- / Mettre en place le système de pilotage des projets : Le modèle PCD
- / Faciliter l'adoption de ses solutions par les utilisateurs
- / Favoriser la culture du changement: accompagner les résistances
- / Les 5 facteurs de réussite d'un projet

Comment coacher la performance et les progrès de l'équipe projet pour en faire un point de référence ?

- / Être le coach de l'équipe projet
- / Développer la flexibilité
- / Suivre les projets : les différents types de revue de projet

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.

Comment développer son leadership, sa vision, et animer son influence sur les acteurs du marché ?

- / Identifier la macro tendance et construire un « tableau tendanciel »
- / Analyser et évaluer son pouvoir d'influence sur son marché
- / Développer son influence

// 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. 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.

// Objectifs

Enrichir son répertoire en outils, démarches, bonnes pratiques de développement commercial pour :

- / Être les premiers à saisir les nouvelles attentes des clients et prendre un avantage décisif face aux concurrents en changeant les règles du jeu commercial.
- / Cibler au mieux prospects et opportunités sur les marchés cibles et maîtriser les groupes de décisions complexes.
- / Vendre la valeur de vos solutions
- / Accompagner le déploiement des projets & coacher ses équipes projets.
- / Devenir leader d'opinion dans son secteur d'activité.

// Public concerné

Directeurs commerciaux & marketing ou de business unit • Ingénieurs d'affaires confirmés • Directeurs de projet • Directeurs des ventes • Ingénieurs d'affaires, évoluant dans les secteurs des TIC, de l'énergie, de la construction, des services ou de l'ingénierie financière...

Vous maîtrisez les approches et les méthodes de la vente d'affaires à haut niveau.

Développer ses activités en Algérie

Exporter, investir, transférer des technologies

INTERVENANTS : MOUNIR GAOUAR ASSISTÉ DE ZAHIR KIER

Programme

DURÉE	HORAIRES	PRIX
1 jour	9h-17h30	1250 € *

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

// Comprendre le marché algérien

- / Comprendre l'environnement : politique, économique, social et religieux
- / Connaître les données clés de l'économie algérienne : structure de l'économie, secteurs clés de l'économie TIC, énergie, immobilier, agriculture
- / Le marché de l'emploi en Algérie : les règles à connaître
- / La vie des affaires en Algérie

// Identifier les opportunités d'affaires dans le contexte algérien

- / Connaître ses marchés : les approches quantitatives et qualitatives
- / Choisir ses cibles en Algérie : 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, analyse de faisabilité

// Mettre en œuvre une stratégie de développement gagnante en Algérie

- / Élaborer la stratégie de développement adéquate
- / Opter pour la bonne organisation et identifier les partenaires clés
- / Choisir les hommes et femmes clés

// Adopter les bonnes pratiques pour travailler avec les algériens

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

// Évaluer la rentabilité de vos opérations en Algérie

- / La structure de coût type d'une filiale de production et d'une filiale commerciale en Algérie
- / Les salaires et les taux de facturation des services en Algérie
- / Les défis à relever pour rentabiliser vos efforts en Algérie

// Ateliers, échanges, témoignages

- / Intervention d'un entrepreneur ou d'un dirigeant d'une société implantée en Algérie

// Objectifs

- / Découvrir les tendances, chiffres, événements et faits majeurs de l'Algérie
- / Analyser les opportunités qu'offre l'Algérie : 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 développer ses activités

// Public concerné

Dirigeants d'entreprise • Directeurs du développement • Directeurs de filiale Algérie nouvellement nommé • Responsables Marketing ou du développement • Consultants en développement international • Responsables du développement international • Ingénieurs d'affaires confirmés

Management interculturel

W9

Comprendre les différences culturelles pour manager efficacement dans la globalisation

INTERVENANTE : NATHALIE LOUX

Programme

DURÉE

2 jours

HORAIRES

9h-17h30

PRIX

1790 € *

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

// Les composantes du processus interculturel

- / Multiculturel ou interculturel ?
- / Les difficultés rencontrées en offshore
- / 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

// La réunion interculturelle

- / Éléments de préparation
- / Construire sa réunion : thèmes, objectifs, techniques d'animation, timing
- / Adapter la réunion aux objectifs : Information, adhésion, résolution de problème, production par l'équipe
- / Comment faire avec les Allemands, les Anglais, les latins, les Moyen-Orientaux

// Manager des équipes multiculturelles

- / Communiquer efficacement avec les principales cultures : conseil et erreurs à éviter
- / Le cas du Maghreb et du Moyen-Orient : comment manager efficacement
- / La prise d'initiative, le droit à l'erreur, la responsabilisation

// 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

Dirigeants ou Responsables en charge des opérations offshore • Dirigeants ou Responsables d'une filiale offshore • DRH • Responsables des Ressources Humaines • Responsables Marketing ou du développement, consultant interne • Responsables des achats au sein d'une entreprise utilisatrice des Systèmes d'information • Responsables des Systèmes d'information • Responsables chargés du projet offshore • Professionnels en charge d'activités offshore au sein de l'entreprise

Sept compétences clés pour manager efficacement à l'international

INTERVENANT : MANUEL DE SOUSA

Programme

// Gérer ses propres priorités

- / S'organiser et être proactif
- / Identifier et prioriser l'urgent et l'important
- / Respecter le temps des autres

// Résoudre des problèmes de management

- / Différencier les causes des symptômes
- / Analyser les causes et faire le diagnostic
- / Concevoir les solutions et améliorer
- / Mettre en œuvre les solutions
- / Tirer les leçons du passé

// Coacher ses collaborateurs

- / Analyser les écarts requis, constatés : les méthodes pour évaluer et analyser les résultats : ratios-clés, grilles de performance
- / Savoir écouter en profondeur : les leçons du management situationnel
- / Faire progresser : les erreurs à éviter, les facteurs de succès.
- / Choisir l'action de coaching adaptée : faire un diagnostic, trouver une solution, gérer son stress

// Stimuler la motivation

- / Comprendre les phénomènes de motivation
- / Identifier les actions pour stimuler la motivation de ses collaborateurs

// Communiquer efficacement vers la hiérarchie

- / Communiquer efficacement à l'écrit et à l'oral
- / Savoir comment s'engager
- / Savoir quand solliciter le Top Management et trouver le bon niveau de communication
- / Maîtriser les pratiques managériales de l'escalade

// Manager en transversal

- / Acquérir et pratiquer l'empathie
- / Savoir mobiliser et faire adhérer hors hiérarchie
- / Pratiquer l'assertivité pour gérer les conflits
- / Coopérer et collaborer efficacement avec les autres

// Manager la diversité

- / Savoir gérer les différences de génération dans l'entreprise
- / Génération Y : comment la gérer ?
- / Faire de la diversité une richesse dans ses équipes

// Séquence témoignage :

Un coach professionnel interviendra pour illustrer les pratiques de coaching

DURÉE

2 jours

HORAIRES

9h-17h30

PRIX

1790 € *

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

// Objectifs

- / Renforcer son efficacité managériale dans un contexte international
- / Acquérir des méthodes et des outils pour :
 - Gérer ses propres priorités
 - Résoudre des problèmes de management
 - Stimuler la motivation
 - Coacher ses collaborateurs
 - Communiquer efficacement vers la hiérarchie
 - Manager en transversal
 - Manager la diversité

// Public concerné

Dirigeants ou Responsables en charge des opérations internationales

- Dirigeants ou Responsables d'une filiale à l'étranger
- DRH
- Responsables des Ressources Humaines
- Responsables du développement
- Consultants interne
- Responsables des achats de services
- Responsables chargés de projets internationaux
- Professionnels en charge d'activités offshore au sein de l'entreprise

Recruter et fidéliser les talents dans la zone Afrique Moyen-Orient

Stratégies et tactiques pour gagner la guerre des talents

INTERVENANT : JEAN-PIERRE MARIACCIA

Programme

// Analyser les enjeux de la guerre des talents sur la zone Afrique 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/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/Moyen-Orient
- / Analyser l'attractivité de son organisation pour les talents sur la zone Afrique 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 avec 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

DURÉE

1 jour

HORAIRES

9h-17h30

PRIX

1050 € *

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

// 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/Moyen-Orient

// Public concerné

DRH • Responsables des Ressources Humaines en charge de l'international • Responsables People Développement • Responsables RH • Responsables en charge des opérations internationales • Dirigeants ou Responsables d'une filiale à l'étranger • Consultants interne • Responsables des achats de services • Responsables chargés de projets internationaux • Professionnels en charge d'activités RH au sein de l'entreprise

Diriger, gérer des projets dans les nouvelles économies

Améliorer la gouvernance et accompagner le changement

INTERVENANTES : NATHALIE LOUX ET VARGHA MOAYED

Programme

DURÉE	HORAIRES	PRIX
2 jours	9h-17h30	1995 € *

* 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 clés 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

// Diffuser les bonnes pratiques de management

- / Établir un référentiel de bonnes pratiques : conduite de réunion, entretiens, outils de reporting
- / Customiser les outils à chaque métier, à chaque situation
- / Bâtir un plan d'accompagnement de chaque manager : les différentes approches

// Mettre en œuvre des plans de développement des managers et des collaborateurs

- / Bâtir des programmes d'accompagnement des managers : les compétences clés à maîtriser
- / Sélectionner les coaches internes et externes
- / Les approches de coaching individuel : théories et pratique

// Business case

Une étude de cas – bâtie à partir d'un cas réel- sera soumise aux participants. En petits groupes, ils élaboreront la stratégie de changement et un plan de développement des managers et des collaborateurs, compte tenu des méthodes 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 de différentes solutions présentées avec des idées d'amélioration et de solutions.

// 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 œuvre une stratégie de changement du mode de gouvernance
 - Former et coacher les managers dans les opérations des pays émergents

// Public concerné

- Directeurs de l'international •
- Directeurs du développement RH
- Responsables RH au sein d'une entreprise internationale • Consultants interne • Chargés du projet d'internationalisation • Directeurs d'une filiale dans un pays émergent •
- Directeurs de Projets

Doper son efficacité relationnelle

Quatre techniques de développement personnel

W13

INTERVENANTE : MICHELLE ROUDAUD

Programme

DURÉE

2 jours

HORAIRES

9h-17h30

PRIX

1590 € *

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

// Les techniques de gestion du stress

- / Comprendre les mécaniques du stress
- / Mieux se connaître pour développer sa stratégie personnelle
- / Appliquer des méthodes

// La PNL

- / Développer sa flexibilité personnelle et relationnelle
- / Influencer de manière constructive
- / La stratégie d'objectifs et mise en perspective

// Gérer les émotions

- / Approfondir sa connaissance des émotions et leur rôle dans la relation interpersonnelle
- / Développer son ouverture émotionnelle

// La méthode Schutz

- / Bâtir des relations de travail coopératives avec le concept de l'ouverture
- / Renforcer sa détermination personnelle : le concept de choix
- / Identifier son style relationnel sur les 3 dimensions du comportement

// Objectifs

- / Améliorer la connaissance de soi pour améliorer les relations
- / Comprendre les effets des différents modes de communication
- / Adapter son mode de communication et de management à ses interlocuteurs.
- / Identifier et satisfaire ses besoins psychologiques et ceux des autres
- / Détecter les signaux précurseurs d'une mauvaise communication et y remédier

// Public concerné

Dirigeants • Managers • Responsables désireux de renforcer leur connaissance de soi et des autres, d'améliorer la qualité de leur communication avec leurs collaborateurs, pairs, et partenaires et souhaitant trouver des clés permettant de renforcer la cohésion et la motivation de leur équipe, d'améliorer l'efficacité des réunions, d'anticiper et mieux gérer les conflits.

Négociations internationales

W14

Les outils pour négocier dans un contexte multiculturel

INTERVENANTS : M RUDNIANSKI, J-P MARIACCIA ET L PAITSCHIN

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 des 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 interculturelle

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
2 jours

HORAIRES
9h-17h30

PRIX
1995 € *

* 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.

Optimiser les coûts de formation et de communication de vos projets internationaux

La technologie au service de l'innovation pédagogique

INTERVENANT : BENJAMIN ROUSSEAU

Programme

// Optimiser les dispositifs de développement et d'accompagnement du changement

- / Comment marketer ses formations pour une session unique ou pour un grand déploiement ?
- / Comment motiver participants à devenir acteurs de leur formation et en faire un levier de compétitivité ?
- / Quels sont les nouveaux formats qui permettent de passer d'un cycle de 4 jours à 6 mois tout en réduisant les coûts de formation ?
- / Comment se former efficacement sans quitter son poste de travail plus d'une demi-journée ?
- / La web-TV généralisée pour la formation : un rêve accessible en 2012 ?
- / Comment maintenir la motivation et conduire le changement individuel dans la durée ?

// Identifier 5 outils pédagogiques innovants (présentés par notre partenaire asb publishing)

- / Base-ressource de 500 films en français et en anglais : mises en situation avec comédiens exemple Démo gratuite sur www.asbpublishing.com . Focus-Learning® : l'alternative au e-Learning traditionnel. Démo sur http://www.asbpublishing.com/espace-clients-webinteractive-pxl-26_35.html
- / Les 90 méthodes PAA® pour l'animation en salle
- / Les kits d'animation pour vos grands déploiements & pour les réunions d'équipe de vos managers
- / Les formations PAA® : un concept multi canal qui propose 10 points de contact pédagogiques sur 6 mois et un site ressource individualisé pour chaque apprenant.

Construire les dispositifs projet ou plan de formation pour l'année 2012.

Chaque participant travaillera sur son cas personnel avec le soutien de l'intervenant.

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

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

// Objectifs

- / Avoir des idées et acquérir des méthodes et des outils pour :
 - Élaborer et mettre en œuvre une stratégie de formation multicanal
 - Garantir l'appropriation et motiver les apprenants au changement
 - Réduire le temps en présentiel
- / Bâtir un plan de formation utilisant de nouveaux outils pédagogiques

// Public concerné

DRH • Responsables des Ressources Humaines • Responsables formation • Responsables People Développement • Responsables du changement • Responsable en charge des opérations internationales

- Consultants interne • Chefs de projet • Consultants formateurs
- Responsables des achats de services • Responsables chargés de programmes haut potentiel internationaux • Professionnels en charge d'activités de formation et de communication au sein de l'entreprise

Elecio Consulting

Conseil, formation et recrutement pour votre développement dans les nouvelles économies

QUI SOMMES-NOUS ?

Elecio consulting est un cabinet de conseil spécialisé dans l'accompagnement des entreprises et des organisations sur la zone « Europe / Méditerranée/ Moyen-Orient / Afrique du Nord ». 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 enjeu (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'offshoring et le développement de la croissance

- / Réaliser des études d'opportunité pour le déploiement des stratégies offshore »
- / 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.

// 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

Khadija LAHRACHI
Tél. : + 212 (0)522 39 22 34
/ Khadija.lahrachi@elecio.fr

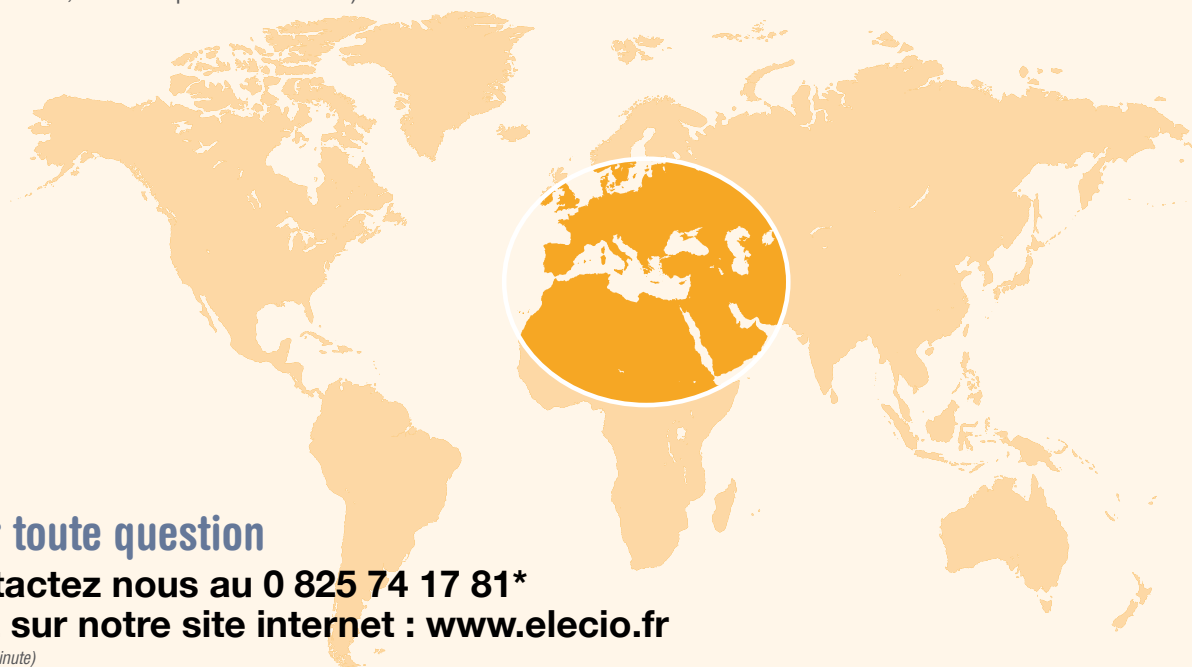
Elecio Consulting est membre de Syntec Informatique.

Pour toute question

Contactez nous au 0 825 74 17 81*

allez sur notre site internet : www.elecio.fr

*(15 cts / minute)



Les intervenants

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

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 une 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.

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, elle est associée en France, au Luxembourg et au Maroc en management, en négociation interculturelle et en ressources humaines. Elle est l'auteur de plusieurs ouvrages et articles sur le temps et les priorités, sur le protocole français et le management. Elle dirige Synergie Communication, Cabinet spécialisé en accompagnement des dirigeants.

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.

Mounir GAOUAR

Mounir GAOUAR est un entrepreneur franco-algérien. Issu d'une dynastie d'entrepreneurs, il dirige plusieurs entreprises dans les domaines du textile, du conseil et plus particulièrement du café. Il a créé COFFEGA en 2009 pour pérenniser le savoir-faire de l'entreprise familiale : «LES CAFES GAOUAR». Mounir a fondé l'Institut Mustapha GAOUAR- l'excellence du café. (<http://www.institutmustaphagaouar.org>) et met en œuvre des projets industriels ambitieux avec les PME Algériennes afin de transférer des technologies et promouvoir l'emploi en Algérie. Mounir est titulaire d'un doctorat en économie de la Faculté « la Sorbonne » à 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 a fondé 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.

Laurent PAITSCHIN

Laurent a occupé des fonctions d'ingénieur d'affaires, de manager commercial dans des entreprises internationales de premier plan : L'Air Liquide, 3 M puis il a été successivement consultant en performance commerciale au sein d'un grand cabinet de conseil et de formation européen puis Directeur formation au sein du groupe ACCOR. Il a fondé sa propre entreprise de conseil et de formation. Laurent intervient au CNAM en vente et négociation d'affaire. Il est diplômé de l'ISG Paris..

Les intervenants

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

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.

Benjamin ROUSSEAU

Benjamin a occupé des responsabilités marketing vente chez DANONE, Procter & Gamble et L'Oréal. Après avoir été consultant à le Cegos pendant 5 ans, il a fondé Asb Publishing, une société d'édition de films et d'outils multimédia pour la formation professionnelle. Il est expert dans la conception, la réalisation et l'édition de scénario pédagogiques multimédia. Il conduit également des projets de formation et d'accompagnement intégrant le multimédia pour de grandes entreprises. Il est également auteur d'ouvrages sur le management. Benjamin est diplômé de l'ESSEC.

Michelle ROUDAUD

Michelle a plus de 15 ans d'expérience dans la formation, le coaching de cadres et de managers. Elle a acquis une grande expérience dans la formation au management et le développement personnel. Elle intervient régulièrement dans des entreprises de premier plan. Michelle a sa propre activité de consultant coach. Master PNL, certifiée SCHUTZ en 2008, Michelle est diplômée des arts et lettres.

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.

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/workshop2011

*(15 cts / minute)

À retourner par mail à :
workshop2011_12@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

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 remboursé 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).

Accès au lieu de formation

À deux pas du Trocadéro et des Champs Élysées, vous êtes plongé au cœur d'un quartier alliant les affaires, les commerces et la culture... Palais de Chaillot, Palais de Tokyo, Musée Guimet, sans oublier la Tour Eiffel !

Centre d'affaires ATEAC

**Paris Iena
28, rue de l'Amiral Hamelin
75016 Paris
Tél. : + 33 (0)1 49 52 60 10
Fax : + 33 (0)1 47 55 74 25**

Métro / RER

**Charles de Gaulle Étoile (RER A)
Iéna (ligne 9)
Boissière (ligne 6)**

Station Vélib

Station vélib' rue Hamelin

Parking

**Parking sous l'immeuble
Parking public au 69, avenue Kléber**

Elecio se réserve le droit de proposer un autre lieu de formation dans un autre centre ATEAC situé en région parisienne



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