

FORMATION ARTHÈME

Module 1 : Créativité

Durée : 7h

Intervenant : Lydia Bouziane

L'importance de cette thématique est de bien comprendre les mécanismes de la créativité c'est se préparer à l'utiliser plus efficacement.

Les objectifs

- Découvrir et développer ses capacités créatives personnelles.
- Lever les freins à la créativité et penser différemment.
- Acquérir le processus créatif : le "Looping".
- Pratiquer des outils pour résoudre les problèmes de manière créative.



Plan d'intervention

1/ Mesurez votre potentiel créatif

Élargissez vos zones de tolérance sur les règles CQFD :

2/ Lever les freins et stimuler sa créativité

- Adopter les 7 attitudes créatives.

3/ Choisissez vos outils de créativité avec discernement

- Au-delà du brainstorming, identifiez les différentes familles d'outils à votre disposition.
- Construisez votre boîte à outils de la créativité à partir de 10 outils différents.
- Maîtrisez à fond 3 "accélérateurs créatifs" par une pratique intensive :

4/ Pratiquer 3 outils de production d'idées

5/ Résoudre les problèmes de manière créative : le "Looping" créatif

6/ Outils pour trier et sélectionner les idées

Module 2 : Stratégies d'entreprise

Durée : 11h

Intitulé de la formation	LA STRATEGIE D'ENTREPRISE : ENJEUX ET METHODE	1,5 jours
<p>Objectifs de la formation</p>	<p>L'objectif principal de ce module est de permettre aux participants de bien comprendre les principaux enjeux de l'analyse stratégique et d'être en mesure de les projeter sur leur propre entreprise :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Comprendre les principaux enjeux de l'analyse stratégique ✓ Maîtriser et utiliser les outils d'analyse stratégique standard ✓ Prendre conscience de la problématique actuelle réelle de leur entreprise, qui n'est – par expérience – pas toujours celle à laquelle ils pensent intuitivement. ✓ Identifier les options stratégiques à leur portée ✓ Pouvoir envisager la mise en œuvre des actions stratégiques qui répondent à leur problématique. 	
	<p><u>1ere journée</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Présentation et tour de table ✓ Principes généraux de la stratégie d'entreprise ✓ La démarche stratégique : analyse (=diagnostic), choix, déploiement ✓ Préalable au diagnostic stratégique : l'approche par le Business Model : <ul style="list-style-type: none"> ○ la proposition de valeur : l'offre faite aux clients ○ l'architecture de valeur : l'organisation de l'entreprise ○ l'équation de profit : rentabilité et solvabilité de l'entreprise ✓ Le diagnostic stratégique : <ul style="list-style-type: none"> ○ La segmentation stratégique ○ Déterminer les conditions de réussite sur un segment : les facteurs clefs de succès ○ L'analyse concurrentielle : 	

<p>Points clés et déroulé de la formation</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>les groupes stratégiques</i> ▪ <i>le profil concurrentiel</i> ○ Les outils classiques de la stratégie : Swot ; Porter ; Pestel <p><u>2^{ème} journée (1/2 journée)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les choix stratégiques : <ul style="list-style-type: none"> ○ Mission et vision ○ Les positionnements stratégiques classiques ✓ Le déploiement stratégique : la mise en œuvre ✓ Le déploiement stratégique : le pilotage
<p>Prérequis</p>	<p>Rassembler les documents nécessaires à l'étude du projet du participant.</p> <p>Lecture de la fiche de présentation du module .</p>
<p>Méthodes et moyens Pédagogiques</p>	<p>Alternance de présentations courtes et d'exercices d'application. Plusieurs séances de travail collectif ou individuel sur les cas pratiques des participants</p> <p>Une approche ludique et simplifiée, visant à l'appropriation des concepts dans la durée. Un enseignement très pratique, basé sur de nombreux exercices et des mises en application aux cas des participants</p>

Module 3 : Business Plan

Durée : 4h ½ journée

➤ **Le business plan**

- Présentation du concept
- Les grandes étapes du business plan,
- Les idées force du projet

Module 3 Bis : Etude de marché

Durée : 14h

Objectifs :

- Maîtriser toutes les étapes de la réalisation des études marketing : du projet au bilan.
- Connaître les méthodologies d'études les plus utilisées ; répondre à l'ensemble des problématiques marketing par la recherche appropriée.

Plan d'intervention

Tirer le profit des études

Tirer profit des études consiste à prendre des décisions, réduire les risques, éviter les a priori et à être directement opérationnel. Cette formation aux études marketing permet de connaître les différentes techniques.

1/ Tirer profit des études au cours de la démarche marketing

- Traduire sa problématique marketing en objectif d'études.
- Choisir la meilleure méthodologie de recherche selon son besoin d'information.

2/ Rédiger le brief d'études

- Les étapes clés du brief : contexte, objectifs, échantillon, méthodologie, informations disponibles, contraintes, budget, délais.
- Réussir son brief d'étude : structure type, principes clés, exemples.

3/ Tirer profit des études marketing et des principales méthodologies

- Études : processus, avantages et limites, fiabilité des sources.
- Identifier les principales techniques projectives et associatives des études qualitatives : les 4/ De l'analyse des résultats à l'action

4/ Valoriser la présentation du rapport d'études

- Rédiger et diffuser une synthèse d'études :

Réaliser une enquête

1/ Rédiger son brief d'enquête

- Envisager les décisions potentielles à prendre selon les résultats de l'étude.

2/ Choisir le type d'enquête et les questions appropriées

- Comprendre l'intérêt et les limites des études quantitatives, qualitatives et du sondage express.

3/ Rédiger son enquête

- Structurer son plan de questionnaire.



Module 3 Bis : Marketing et commercial

Durée : 35h

Déroulé Pédagogique

Un diagnostic commercial efficace en adéquation avec sa stratégie.

Cible: Porteurs de projet ou repreneur d'entreprise.

CONTENU :

1 er jour : STRATEGIE COMMERCIALE

- Définition d'une stratégie et d'une politique commerciale.
- Positionnement sur son marché :
- La balance commerciale :
- Le tableau de bord commercial :

2ème jour : POLITIQUE COMMERCIALE

- Elaboration de sa charte tarifaire.
- Calcul de la marge et de la dynamique commerciale.
- Mise en place d'un plan d'actions :

3ème Jour : COMMUNICATION DE L'ENTREPRISE

- Définition et mission de la communication.
- Contenu d'un message.
- Les outils :

Objectifs pédagogiques :

Mettre en place une réflexion avant l'action.

Développer une culture commerciale.

Diagnostiquer et analyser ses outils commerciaux pour une meilleure pénétration sur son marché.

Définir et réaliser ses objectifs.

Moyens pédagogiques :

Cours théorique par vidéo.

Mise en pratique en exemples concrets.

Inter activité de groupe.

Une relation client performante et efficace.

Cible: Porteurs de projet et repreneurs d'entreprise

Contenu:

1 er jour :

- Définition et mission de la vente.
- Les enjeux.
- Les 8 étapes d'un entretien de vente :



- La prise de contact :
- La découverte du besoin et du client :
- La reformulation :

2^{ème} jour :

- Les 8 étapes d'un entretien de vente (suite)
 - La proposition et l'argumentation :
 - Présentation du tarif :
 - Conclusion un entretien :
 - La prise de congé :

Objectifs pédagogiques :

Avoir un entretien professionnel structuré.

Développer son écoute active.

Mettre en place de véritables arguments, donc convaincre

Savoir au mieux négocier ses intérêts.

Moyens pédagogiques :

Cours théorique et pragmatique par vidéo

Mise en pratique en exemples

Inter activité de groupe.

Module 7: webmarketing

Durée : 14 h – 2 journées

Les outils webmarketing : Utiliser les outils Webmarketing pour développer la visibilité de votre entreprise sur le Web. Internet vous offre la possibilité d'intervenir sur différents leviers de communication : Emailing, E-réputation, Facebook, Twitter, Référencement, Blogging, Création site Internet, Internet Mobile, Analytics, Adwords, Google Maps.

Objectifs

- Connaître les différents outils pour occuper l'espace sur le Web
- Choisir les leviers les plus pertinents en fonction de ses objectifs et de son budget
- Savoir communiquer pour faire la promotion de ses activités et/ou de ses produits
- Promouvoir son entreprise

Compétences acquises après avoir suivi la formation

- Maîtriser la « boîte à outils » du Webmarketeur
- Comment gérer votre E-réputation
- Comment utiliser les réseaux sociaux, pour les rendre efficace
- Mesurer les résultats de vos actions avec les statistiques Analytics

Vous serez alors capable de développer la visibilité et la notoriété de votre entreprise, son chiffre d'affaire et de fidéliser vos clients. Cette formation Webmarketing a pour objectif de vous aider à maîtriser tous ces outils afin que vous puissiez gérer en interne les différentes problématiques de visibilité sur internet.

Plan d'intervention

**Quelle est la fonctionnalité de chaque réseau social ? Qu'apportent-ils à votre entreprise ?
Comment s'en servir ?**

Durée : 7 heures

1. LES RÉSEAUX SOCIAUX : Facebook, Instagram, Google+

- Communiquer sur Facebook : les bonnes pratiques
- Faire connaître ses créations grâce à Instagram (mettre en avant vos créations, communiquer sur les nouveautés, organiser des jeux et défis).
- Les statistiques : opportunité d'améliorer sa communication et optimiser son retour sur investissement
- Le vocabulaire du réseau social dynamique
- Réalisation d'une page Facebook adaptée aux métiers d'Art

2. LES RÉSEAUX SOCIAUX PROFESSIONNELS : Viadeo, LinkedIn, Houzz

- Savoir présenter ses compétences
- Construire son réseau professionnel
- Participer à une communauté
- Susciter les recommandations

Analyser son retour sur investissement, utilisation de Google Analytics.

3. ANALYSER SON RETOUR SUR INVESTISSEMENT

- Définir ses objectifs et ses indicateurs clés de performance (KPI)
- Apprendre à analyser les statistiques d'audience sur le logiciel Google Analytics
- Améliorer sa stratégie de développement de sa visibilité grâce aux outils de Google (Analytics, Webmaster Tools, Trends...)

Module 5 : Comptabilité

Durée : 4 journées ½ - 31h50

<p>Intitulé de la formation</p>	<p>MAITRISER LES BASES DE LA COMPTABILITE ET DE L'ANALYSE FINANCIERE</p>	<p>3,5 jours</p>
<p>Objectifs de la formation</p>	<p>L'objectif principal de ce module est de permettre aux participants de bien comprendre les principes de la comptabilité afin de pouvoir les utiliser efficacement au service du pilotage de la rentabilité et de la trésorerie de l'entreprise.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Comprendre les principaux mécanismes comptables ✓ Savoir lire et exploiter le bilan et le compte de résultat simplifiés ✓ Pouvoir mesurer la rentabilité et la solvabilité (trésorerie) de l'entreprise ✓ Savoir apprécier globalement la santé financière de l'entreprise ✓ Se donner les moyens de piloter, pour maîtriser et anticiper 	
<p>Points clés et déroulé de la formation</p>	<p>1ere journée</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Présentation et tour de table ✓ Principes généraux de la comptabilité ✓ Savoir lire un Bilan et un Compte de résultat : première approche ✓ Bilan et compte de résultat : les éléments clés ✓ Les enseignements à tirer du bilan et du compte de résultat : rentabilité, solvabilité <p>2eme journée</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ La rentabilité, gage de pérennité de l'entreprise ✓ Rentabilité d'exploitation, rentabilité globale ✓ Comprendre les différentes composantes de la rentabilité ✓ Quels leviers pour améliorer sa rentabilité ? <p>3eme journée + demi journée</p>	

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La solvabilité : indispensable à la survie de l'entreprise ✓ Les outils de mesure de la Trésorerie ✓ Les notions à bien appréhender pour maîtriser sa trésorerie : Fond de Roulement, BFR, stocks. ✓ Quelles actions pour optimiser sa Trésorerie ? ✓ Comment gérer un problème de Trésorerie ? ✓ Transformer le bilan et le compte de résultat en outils de pilotage au service du développement de l'entreprise.
Prérequis	<p>Rassembler les documents nécessaires à l'étude du projet du participant.</p> <p>Lecture de la fiche de présentation du module</p>
Méthodes et moyens pédagogiques	<p>Alternance de présentations courtes et d'exercices d'application. Plusieurs séances de travail collectif ou individuel sur les cas pratiques amenés par les participants</p> <p>Une approche ludique et simplifiée, visant à l'appropriation des concepts dans la durée. Un enseignement très pratique, basé sur de nombreux exercices et des mises en application aux cas apportés par les participants</p>

Module 4 Bis : Juridique

Durée : ½ journée- 3h50

Programme

- Les différentes formes juridiques.
- Les conditions générales de ventes.
- Les contraintes fiscales.
- Les documents prévisionnels : Le compte de résultat -Le plan de trésorerie-Le plan de financement.

- **Le compte de résultat prévisionnel :**

- Définition des produits
- Définition des charges
- Définition du résultat (différence entre résultat et trésorerie)

- **Le plan de trésorerie et le plan de financement :**

- La saisonnalité des activités
- Le besoin en fonds de roulement
- La trésorerie de départ
- La capacité d'auto-financement

Module 6 : Prévisionnels Financiers



Durée : 3 journées- 28h

Objectifs :

- Présentation des documents financiers
- Elaborer un compte prévisionnel d'exploitation
- Elaborer un plan de trésorerie
- Elaborer un plan de financement
- Elaborer son business plan
- Mesurer son utilité et son importance
- Pouvoir dialoguer avec les professionnels du domaine

Stratégie de formation :

- Doter le créateur d'outils financiers.
- Utilisation des outils dans le cadre du business plan.

Module 8 : Design

Durée : 1 journée – 7h

Programme de formation – Design et métiers d'Art

Arthème

Savoir- faire « Artistes et Artisans » : Nos métiers sont en pleine mutation, les frontières entre artiste et artisan n'ont jamais été aussi poreuses, d'où la nécessité de bien analyser le produit de notre travail pour ne pas se perdre.

Le grand retour du fait main, du savoir-faire, de l'excellence et du temps passé à œuvrer, devient un plus dans la réussite et le positionnement de nos Métiers.

Objectifs :

- . La culture de l'objet et sa fonctionnalité.
- . Analyse de notre produit et identification des plus dans sa réalisation.
- . L'identité de nos produits, notre « style ».
- . La diversité de nos propositions, l'inventivité, la curiosité, la culture.
- . Comprendre l'importance de nos savoir-faire à l'heure de la mondialisation.

Plan d'intervention

Durée : 14 heures

1. OBJET, DESIGN, PRODUIT :

- a. Analyse du produit et réflexion sur sa mise en œuvre.
- b. Fonctionnalités du produit en devenir.
- c. Ethique de fabrication et d'approvisionnement des matières.
- d. Recherche de nouvelles techniques.

2. CULTURE :

- a. Comprendre les mouvements actuels et passés.
- b. Reconnaître et analyser les tendances.
- c. Ecouter, voir, lire, sentir, toucher...
- d. Retranscrire avec justesse de nouvelles données.

3. ANALYSE DU MARCHÉ ET DÉVELOPEMENT DE NOUVELLES IDÉES :

- a. Analyser de la concurrence et trouver sa place.
- b. Evoluer avec son temps.
- c. Inventer de nouveaux partenariats, créer en binômes.
- d. S'entourer de générations diverses.

Compétences acquises après avoir suivi la formation

- . **Une plus fine analyse de vos potentialités.**
- . **Une compréhension nécessaire de la valeur ajoutée au produit.**
- . **Un regard nouveau sur le marché qui nous entoure.**
- . **Ressentir les tendances et se positionner face aux autres.**