

unimev[®]
UNION FRANÇAISE DES MÉTIERS DE L'ÉVÉNEMENT

CATALOGUE
DES FORMATIONS



2020/2021

@. l.desampaio@unimev.fr

t. 01 53 90 20 16

www.unimev.fr

↳ UNIMEV TRAINING ; LE CENTRE DE FORMATION DES MÉTIERS DE L'ÉVÉNEMENT EN FRANCE.

UNIMEV Training est un organisme de formation proposant une offre variée sur des thématiques au cœur de nos métiers. En veille permanente, l'Union forme sur les nouvelles réglementations en matière sociale, juridique, fiscale, les nouvelles normes, mais aussi les grandes tendances stratégiques dans l'évolution de nos événements.

- > Des intervenants experts du secteur événementiel
- > Des formats adaptés à vos besoins :
 - Formations en inter-entreprise à Paris et en région
 - Formations en intra-entreprise
 - Formations sur mesure
 - Formations en présentiel et à distance
- > Des formations participatives et conviviales
- > La satisfaction de nos participants
- > Une équipe dynamique et garante de la qualité de l'accueil et des formations

Nous restons à votre disposition :

Laëtitia de Sampaio Portela - 01 53 90 20 16 - l.desampaio@unimev.fr

CODE	NOM DE LA FORMATION	DURÉE	PRIX*	PAGE
1 – MAÎTRISER VOTRE ENVIRONNEMENT				
JURIDIQUE ET FISCAL				
SOC01	Droit Social : maîtriser les nouvelles dispositions réglementaires et jurisprudentielles	1 jr	550,00€	7
SOC02	Professionnels de l'événement, organisateurs de foires, salons, congrès : optimiser votre pratique de la TVA !	1 jr	500,00€	8
SÉCURITÉ DES SALARIÉS				
SES01	Coordination générale de sécurité – Dirigeants	1 jr	500,00 €	9
SES02	Coordination générale de sécurité – Opérationnels	1 jr	500,00 €	10
SES03	Coordination des opérations des FSC (RCO)	5 jrs	Nous consulter	11
SES04	Sécurité des manifestations (révision du stage SES03)	2 jrs	1 000,00 €	12
SES05	Document unique	5 jrs	Nous consulter	13
SÉCURITÉ DU PUBLIC				
SEP01	Savoir effectuer une fouille complète	1/2 jr	300,00 €	14
SEP02-04	S.S.I.A.P. 1 / S.S.I.A.P. 2 / S.S.I.A.P. 3			15-17
SEP05	Sauveteur secouriste du travail – SST	12 h	Nous consulter	18
SEP06	Habilitation électrique - B0-H0-H0V	2 jrs	Nous consulter	19
SÛRETÉ				
SUR01	Gestion des envois et courriers piégés	1/2 jr	300,00 €	20
SUR02	Sensibilisation prévention des risques terroristes	1 jr	550,00 €	21
SUR03	Lever le doute sur un objet abandonné	1 jr	550,00 €	22
SUR04	Confiner un objet suspect	1 jr	550,00 €	23
2 – CONCEVOIR ET VALORISER VOS ÉVÉNEMENTS				
MARKETING				
MKT01	Meeting Design : bâtir un événement qui fait du sens avec l'EVENTCANVAS	1 jr	550,00 €	25
MKT02	Les étapes fondamentales d'un événement réussi	2 jrs	900,00 €	26
MKT03	Construire un plan de communication efficace	1,5 jr	675,00 €	27
MKT04	Optimiser ses relations média	2 jrs	900,00 €	28
MKT05	Partenariat et sponsoring, comment assurer la pérennité ?	2 jrs	900,00 €	29
MKT06	Comment stimuler sa créativité événementielle tout en restant pertinent ?	1,5 jr	675,00 €	30
MKT07	Le Social Selling pour les acteurs de l'événementiel	1,5 jr	590,00 €	31
DÉVELOPPEMENT DURABLE				
DD01	Evaluez et pilotez vos événements et vos sites avec Cleo	1 jr	450,00 €	32
DD02	Engager la transformation écologique et solidaire de ses événements	1 jr	500,00 €	33
DD03	Mettre en place le processus de certification ISO 20121	7 jrs	3 850,00 €	34
DD04	Obtenir la certification ISO 20121	4 jrs	4 200,00 €	35
3 – DÉVELOPPER VOS TALENTS				
COMMERCIALISATION D'UN ÉVÉNEMENT				
TEC01	La négociation commerciale	1 jr	500,00 €	37
TEC02	Vendre et commercialiser un événement professionnel /	2 jrs	900,00 €	38
TEC03	Commercialisation d'une manifestation : process, outils et plan d'action	2 jrs	900,00 €	39
TEC04	Comment prospecter et fidéliser ses clients en temps de crise	2 jrs	900,00 €	40
TEC05	Conclure vos ventes en situation difficile	2 jrs	1 000,00 €	41
TEC06	Savoir convaincre et se différencier avantageusement des offres concurrentes	4 jrs	2 000,00 €	42

* Prix Adhérent par personne.

CODE	NOM DE LA FORMATION	DUREE	PRIX*	PAGE
MANAGEMENT				
MAN01	Le manager, pilote de la performance de son équipe	2 jrs	1 000,00 €	43
MAN02	Construire et développer son leadership	2 jrs	1 000,00 €	44
MAN03	Le burn-out ou syndrome d'épuisement professionnel	1 jr	500,00 €	45
MAN04	Savoir manager au regard des contraintes	1 jr	550,00 €	46
EXPRESSION ORALE				
EOR01	DO YOU SPEAK « EVENT » ?	1 jr	550,00 €	47

* Prix Adhérent par personne.

BULLETIN D'INSCRIPTION

AUX STAGES UNIMEV TRAINING

Bulletin à photocopier et à retourner par mail à l.desampaio@unimev.fr

Intitulé du stage de formation :

.....

Votre société :

Nom, prénom et fonction du signataire de la convention :

.....

Téléphone : Mail :

Facturation du stage :

À l'entreprise

Adresse si différente :

.....

À un OPCA

Précisez lequel :

Participant(s) à la formation

Nom

Prénom

Fonction

Mail

1

2

3

4

5

6

 1 - Maîtriser
votre environnement

Droit Social : maîtriser les nouvelles dispositions réglementaires et jurisprudentielles

OBJECTIFS

Maîtriser les nouvelles dispositions juridiques, réglementaires, jurisprudentielles et conventionnelles

PROGRAMME

I - Lois et règlements

II - Jurisprudences

Programme qui évolue en fonction de l'actualité.
-> Demander à Unimev pour recevoir les sujets d'actualité

CODE SOC01

Public

Directeurs des Ressources Humaines,
Responsables des Ressources Humaines,
Responsables du personnel.

Pré-requis

Avoir une expérience de gestion du personnel.

Démarche pédagogique

Cas pratiques.

Durée

1 journée (7 heures)

Tarif inter par personne

Adhérent : 550 € HT

Non adhérent : 1 100 € HT

Tarif intra

Nous consulter



Géraldine FRANÇON, Avocat au Barreau de Lyon
Fondatrice et associée de FRANCEA AVOCATS - Droit
Domaines d'intervention : conseil en droit du travail et de la sécurité sociale,
gestion des contentieux sociaux.

Les Formatrices :

Sophie TRINCÉA, Avocat au Barreau de Lyon
Associée de TRINCEA AVOCATS - Droit Social
Domaines d'intervention : conseil en droit du travail et de la sécurité sociale,
gestion des contentieux sociaux.



Juridique et fiscal

Professionnels de l'événement, organisateurs de foires, salons, congrès : optimiser votre pratique de la TVA !

OBJECTIFS

Maîtriser la réglementation de la TVA et sa mise en œuvre dans le cadre de l'organisation d'un événement national ou international

PROGRAMME

Réglementation et pratique : la TVA et l'activité d'organisation d'événements (événements professionnels et commerciaux)

- Champ d'application
- Territorialité
- Taux
- Fait générateur et exigibilité
- Déduction
- Forme des factures
- Organismes et participants étrangers

Cas pratique

- La déclaration de TVA de l'organisateur d'un événement

CODE SOC02

Public

Directeurs administratif et financier,
Collaborateurs du service comptables,
Responsables commerciaux.

Pré-requis

Connaissances comptables de base.

Durée

7 heures (1 jour)

Tarif inter par personne

Adhérent : 500,00 € HT.

Non adhérent : 1 000,00 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

Le Formateur : Cyrille KONTER

Directeur Général Adjoint - TÉVÉA INTERNATIONAL
Société de représentation fiscale spécialisée sur les problématiques de TVA européenne pour une clientèle internationale - service de récupération de TVA - partenaire d'organismes de salons.



Coordination générale de sécurité (à destination des dirigeants)

OBJECTIFS

Comprendre les enjeux de la prévention.
Se repérer dans les principales obligations réglementaires.
Analyser les responsabilités et les risques.

PROGRAMME

Objectif de la prévention

Présentation de la loi / contexte

Explication des rôles des différents acteurs (gestionnaires, organisateurs, exposants, prestataires)

Présentation du rôle du coordonnateur, responsabilité, coût

Présentation des obligations de l'organisateur / responsabilité

Relations avec les autorités administratives

Questions / Réponses

CODE SES01

Public

Dirigeants d'entreprises.

Durée

7 heures (1 jour)

Tarif inter par personne

Adhérent : 500,00 € HT.

Non adhérents : 1 000,00 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

Le Formateur : Martin JOUËT

Directeur de DÖT

Domaines d'intervention : Coordonnateur SPS.

Application de la réglementation dans les foires et salons, les événements et pour des stands individuels (exposants). Interventions et conseils auprès de sites recevant des événements et des congrès.



Coordination générale de sécurité (à destination des opérationnels)

OBJECTIFS

Comprendre les enjeux de la prévention.
Se repérer dans les principales obligations réglementaires.
Analyser les responsabilités et les risques.

PROGRAMME

Objectif de la prévention

Présentation de la loi / contexte

Explication des rôles des différents acteurs (gestionnaires, organisateurs, exposants, prestataires)

Présentation des obligations de l'organisateur : responsabilité

Présentation des informations à lui fournir et des documents à produire

Présentation des incidences sur la préparation, le montage et le démontage d'une manifestation

Présentation des incidences sur l'organisation « Terrain » et sur les budgets

Relations avec les autorités administratives

Questions / Réponses

CODE SES02

Public

Opérationnels (responsables techniques et commerciaux).

Durée

7 heures (1 jour)

Tarif inter par personne

Adhérent : 500,00 € HT.

Non adhérents : 1 000,00 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

Le Formateur : Martin JOUËT

Directeur de DÖT

Domaines d'intervention : Coordonnateur SPS.

Application de la réglementation dans les foires et salons, les événements et pour des stands individuels (exposants). Interventions et conseils auprès de sites recevant des événements et des congrès.



Coordination des opérations des FSC (RCO)

OBJECTIFS

S'approprier les aspects pratiques de la prévention des risques réglementaires à partir des décrets et de la charte professionnelle

PROGRAMME

1^{er} jour

Comprendre les enjeux de la prévention et l'importance de la gestion de la coactivité.

2^e jour

Gestion de la coactivité avec l'intervention du coordonnateur sécurité et protection de la santé dans le cadre de la loi du 31/12/1993 et de ses décrets.

3^e jour

Présenter la charte professionnelle visant à organiser l'hygiène et la sécurité des salariés en situation de coactivité pendant les opérations de montage et démontage des manifestations commerciales, identification des acteurs.

4^e jour

Analyse des risques, la coordination simplifiée, la coordination renforcée.

5^e jour

Mise en application à partir d'exemple d'opération, ateliers d'analyse des situations rencontrées, synthèse et évaluation.

CODE SES03

Public

Tout intervenant en responsabilité dans le montage, démontage, la gestion des installations lors de manifestations ou coordonnateur SPS de niveau 2.

Pré-requis

Pratique et missions exercées en responsabilité dans les foires, salons, congrès et événements.

Démarche pédagogique

Diaporamas, études de cas et documents, photos et vidéos de chantier de montage ou démontage (visite si possible).

Durée

5 jours (35 heures)

Tarif

Nous consulter

Le Formateur : Martin JOUËT

Directeur de DÖT

Domaines d'intervention : Coordonnateur SPS.

Application de la réglementation dans les foires et salons, les événements et pour des stands individuels (exposants). Interventions et conseils auprès de sites recevant des événements et des congrès.



Sécurité des manifestations (révision du stage SES03)

OBJECTIFS

S'assurer de la bonne mise en applications des principes de la charte professionnelle et de la conformité réglementaire des actions engagées.

PROGRAMME

1^{er} jour

Vérifier que les missions exercées comme RCO (Responsable de la Coordination des Opérations) et que les documents utilisés sont conformes à la réglementation et aux principes de la charte professionnelle.

2nd jour

À partir de l'expérience acquise et des cas pratiques rencontrés, améliorer les outils utilisés et échanger les vécus des RCO pour augmenter son efficacité.

CODE SES04

Public

Tout intervenant en responsabilité dans le montage, démontage, la gestion des installations lors de manifestations ou coordonnateur SPS de niveau 2, ayant suivi la formation initiale de 5 jours « Coordination des opérations des FSC ».

Pré-requis

Attestation de suivi du stage formation sécurité RCO

Démarche pédagogique

Diaporamas, études de cas et documents, photos et vidéos de chantier de montage ou démontage.

Durée

2 jours (14 heures)

Tarif inter par personne

Adhérent : 1 000,00 € HT.

Non adhérents : 2 000,00 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

Le Formateur : Martin JOUËT

Directeur de DÔT

Domaines d'intervention : Coordonnateur SPS.

Application de la réglementation dans les foires et salons, les événements et pour des stands individuels (exposants). Interventions et conseils auprès de sites recevant des événements et des congrès.



OBJECTIFS

Former des personnels désignés à la création et au suivi du document unique afin de lister et hiérarchiser les risques pouvant nuire à la sécurité de tout salarié et de préconiser des actions visant à les réduire voire à les supprimer.

PROGRAMME

Risques et dangers dans l'entreprise / réglementations

Accidents du travail / maladies professionnelles – Conséquences – Arbre des causes

Les acteurs du document unique (CHSCT – Responsable sécurité – Responsable d'établissement – les salariés)

Être capable de mener à bien un audit sécurité dans les unités de travail de l'entreprise en prenant en compte chaque poste et avec les salariés – Recueil des informations

Analyse et classement des informations recueillies

Créer son outil de gestion des informations - Faire le point sur l'existant et en dégager les points faibles et/ou non-conformités : étude de l'établissement

Création du document unique et gestion des priorités d'actions de prévention et de prévision

Préparation du Plan d'action

Valider le plan d'action avec les différents acteurs

CODE SES05

Public

Personnel non électricien appelé à effectuer des travaux d'ordre non électrique dans les locaux d'accès réservés aux électriciens ou au voisinage de circuits électriques sous tension préalablement formé.

Pré-requis

Le ou les salariés désignés doivent avoir une disponibilité suffisante pour assumer les réévaluations régulières du document unique (au moins une fois par an) et à chaque fois qu'une unité de travail a été modifiée. SST en cours de validité.

Durée

5 jours (35 heures)

Tarif

Nous consulter

Organisme de formation :



Savoir effectuer une fouille complète

OBJECTIFS

Savoir effectuer une fouille totale et méthodique d'un bâtiment suite à la réception d'une alerte à la bombe

PROGRAMME

Séquence 1 : pourquoi fouiller et concevoir une opération

- Identifier le juste besoin
- Définir le périmètre d'application de la procédure
- Savoir interviewer les personnels concernés
- Identifier des moyens non spécifiques à disposition pouvant concourir à la mission

Séquence 2 : méthode de fouille d'un bâtiment

- Rôles de chacun
- Quoi observer, que rechercher
- Savoir découper une pièce en 3 volumes
- Savoir diriger les responsables de zones

Séquence 3 : exercices pratiques

CODE SEP01

Public

Tout salarié d'une entreprise

Pré-requis

Aucun

Démarche pédagogique

Ordinateur
Vidéoprojecteur
Miroir de recherche

Durée

1/2 journée (4 heures)

Tarif inter par personne

Adhérent : 300,00 € HT.
Non adhérent : 600,00 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

Le Formateur : Heiko DETHIER

Fondateur et Président de FAE SAS.

Ancien officier plongeur démineur puis chef de la division technique, opérationnelle et de la formation du service du déminage du Ministère de l'Intérieur.

Expert en prévention des risques terroristes et asymétriques.

Domaines d'intervention : Sûreté, Sécurité, Prévention des actes terroristes et menaces asymétriques et Conseils pour la sécurisation de salons, d'enceintes sportives, d'événements ou foires internationales



OBJECTIFS

Permettre au stagiaire d'acquérir les compétences nécessaires aux fonctions d'agent de sécurité incendie.

PROGRAMME

Le feu et ses conséquences

- Le feu
- Comportement au feu

Sécurité incendie

- Principes de classement des établissements
- Fondamentaux et principes généraux de sécurité incendie
- Desserte des bâtiments
- Cloisonnement d'isolation des risques
- Évacuation du public et des occupants
- Désenfumage
- Éclairage de sécurité
- Présentation des différents moyens de secours

Installations techniques

- Installations électriques
- Ascenseurs et nacelles
- Installations fixes d'extinction automatique
- Colonnes sèches et humides
- Système de sécurité incendie

Rôles et missions des agents de sécurité incendie

- Le service de sécurité
- Présentation des consignes de sécurité et main courante
- Poste de sécurité
- Rondes de sécurité et surveillance des travaux
- Mise en œuvre des moyens d'extinction
- Appel et réception des services publics de secours
- Sensibilisation des occupants

Concrétisation des acquis

- Visites applicatives
- Mises en situation d'intervention

CODE SEP02

Pré-requis

Aptitude médicale (certificat de moins de 3 mois).
Évaluation de la capacité à retranscrire des anomalies sur une main courante.
SST en cours de validité.

Durée

75 heures

Tarif

Nous consulter

Organisme de formation :



S.S.I.A.P. 2

(Chef d'équipe/service de sécurité incendie et d'assistance à personnes)

OBJECTIFS

Permettre au stagiaire de compléter ses connaissances en matière de réglementation, d'acquérir les compétences nécessaires aux fonctions d'un chef d'équipe.

PROGRAMME

Rôles et missions du chef d'équipe

- Gestion et management de l'équipe de sécurité
- Organisation d'une séance de formation
- Gestion des conflits
- Évaluation de l'équipe
- Information de la hiérarchie
- Application des consignes de sécurité
- Gestion des incidents techniques
- Délivrance du permis de feu

Manipulation du système de sécurité incendie

- Système de détection incendie
- Système de mise en sécurité incendie
- Installations fixes d'extinction automatique

Hygiène et sécurité du travail en matière de sécurité incendie

- Réglementation code du travail
- Commission de sécurité et commission d'accessibilité

Chef du poste central de sécurité en situation de crise

- Gestion du poste central de sécurité
- Conseils techniques aux services de secours

CODE SEP03

Pré-requis:

Être titulaire du SSIAP 1 ou équivalent.
Avoir exercé l'emploi d'agent de sécurité incendie, au moins 1607 heures sur les 24 derniers mois.
Aptitude médicale (certificat de moins de 3 mois).
SST, PSC1 ou PSE1 en cours de validité.
Habilitation électrique H0-B0 (pré-requis à l'emploi).

Durée

77 heures

Tarif

Nous consulter

Organisme de formation :



S.S.I.A.P. 3

(Agent de service de sécurité incendie et d'assistance à personnes)

OBJECTIFS

Permettre au stagiaire de compléter ses connaissances en matière de réglementation, d'acquérir les compétences nécessaires aux fonctions d'un chef de service.

PROGRAMME

Le feu et ses conséquences

- Le feu - Comportement au feu - Mise en œuvre des moyens d'extinction

La sécurité incendie et les bâtiments

- Matériaux de construction - Étude de plan - Outils d'analyse

La réglementation incendie

- Organisation générale de la réglementation
- Classement des bâtiments - Dispositions constructives et techniques
- Moyens de secours
- Visites
- Notions relatives à l'accessibilités des personnes handicapées

Gestion des risques

- Analyser les risques
- Réalisation des travaux de sécurité
- Documents administratifs

Conseils au chef d'établissement

- Information de la hiérarchie
- Veille réglementaire

Correspondant des commissions de sécurité

Management de l'équipe de sécurité

- Organiser le service
- Exercer la fonction d'encadrement
- Notion du droit du travail

Le budget du service sécurité

- Suivi budgétaire du service
- Fonction d'achat
- Fonction maintenance

CODE SEP04

Pré-requis

Aptitude médicale (certificat de moins de 3 mois).
Évaluation de la capacité à retranscrire des anomalies sur une main courante.
SST en cours de validité.

Durée

224 heures

Tarif

Nous consulter

Organisme de formation :



Sauveteur secouriste du travail SST

OBJECTIFS

Apprendre au personnel la conduite à tenir devant une victime en attendant l'arrivée des secours.

PROGRAMME

Situer le cadre juridique de son intervention

Situer le SST dans l'organisation de la prévention

Contribuer à la mise en œuvre d'action de prévention

Réaliser une protection adaptée

Examiner la (les) victime(s)

Faire alerter ou alerter

Secourir :

- Saignements et plaies
- Accidents du squelette
- Brûlures
- Accidents divers
- Inconsciences avec ou sans respiration et circulation

Utilisation du défibrillateur

CODE SEP05

Pré-requis

Aucun

Démarche pédagogique

Formation essentiellement pratique avec utilisation de moyens pédagogiques reconnus et éprouvés : mannequins (adultes, enfants, bébé), défibrillateur, maquillage et outils de simulation.

Sanction

Certificat de sauveteur secouriste du travail délivré par la caisse régionale d'assurance maladie.

Durée

12 heures

Tarif

Nous consulter

Organisme de formation :



Habilitation électrique (B0-H0-H0V)

OBJECTIFS

Sensibiliser les participants aux dangers du courant électrique ; connaître les dangers de l'électricité et être capable de mettre en œuvre les méthodes et procédures permettant d'effectuer des opérations d'ordre non électrique à proximité d'installations électriques dans les meilleures conditions de sécurité.

PROGRAMME

Notions élémentaires d'électricité

- Qu'est-ce que le courant électrique ?
- Propriétés et grandeurs électriques : intensité, tension et résistance

Le risque électrique

- Les causes d'accidents d'origine électrique
- Les effets physiopathologiques du courant électrique

La prévention du risque électrique

- Comment se protéger des contacts directs et contacts indirects ?
- Conduite à tenir en cas d'incident ou d'accident d'origine électrique

Les prescriptions de la sécurité électrique

- Généralités et nécessité d'une habilitation
- Domaines de tension
- Définitions des distances et des zones de sécurité

Travaux hors tension

- Principes fondamentaux de la consignation électrique
- Équipements de protection, matériels et outillages électriques
- Cas particulier de la haute tension

Travaux d'ordre non électrique à proximité d'installations sous tension

- Présentation des équipements électriques
- Visite d'un site
- Revue des dangers

CODE SEP06

Public

Personnel non électricien appelé à effectuer des travaux d'ordre non électrique dans les locaux d'accès réservés aux électriciens ou au voisinage de circuits électriques sous tension.

Sanction

Délivrance d'une attestation de formation permettant à l'employeur de délivrer le titre d'habilitation correspondant.

Durée

2 jours (14 heures)

Tarif

Nous consulter

Organisme de formation :



Gestion des envois et courriers piégés

OBJECTIFS

Sensibiliser les salariés des services courriers des entreprises sur la problématique des envois et courriers piégés. Savoir intervenir sur ce type d'envois et prendre les mesures adaptées.

PROGRAMME

Séquence 1 : généralités

- Introduction
- Bref historique des courriers et envois piégés
- Quelles cibles ?
- Les créneaux favorables

Séquence 2 : composition d'un envoi ou courrier piégé

- Les familles d'envois (A/B)
- Les agents NRBC-E dans un envoi ou courrier piégé
- Étude de cas réels

Séquence 3 : le scan courrier ou RX sur colis

- Détecter un envoi ou courrier douteux
- Que rechercher sur une radiographie ?

Séquence 4 : Réactions face à un envoi ou un courrier douteux

- Isoler l'engin de son environnement
- Le confiner (enceinte manufacturée ou improvisée - pneu, coffre-fort, ...)
- Qui et comment prévenir ?
- Mettre en sécurité le personnel

CODE SUR01

Public

Tout salarié d'une entreprise

Démarche pédagogique

Ordinateur
Vidéoprojecteur
Courriers piégés factices
Scan courrier (démonstration)

Pré-requis

Aucun (toutefois le module COS peut être intéressant à posséder)

Durée

1/2 journée (4 heures)

Tarif inter par personne

Adhérent : 300,00 € HT.
Non adhérent : 600,00 € HT.

Tarif intra:

Nous consulter

Le Formateur : Heiko DETHIER

Fondateur et Président de FAE SAS.

Ancien officier plongeur démineur puis chef de la division technique, opérationnelle et de la formation du service du déminage du Ministère de l'Intérieur.

Expert en prévention des risques terroristes et asymétriques.

Domaines d'intervention : Sûreté, Sécurité, Prévention des actes terroristes et menaces asymétriques et Conseils pour la sécurisation de salons, d'enceintes sportives, d'événements ou foires internationales



Sensibilisation prévention des risques terroristes

OBJECTIFS

Sensibiliser les travailleurs sur le terrorisme par engins piégés NRBC-E. Donner aux travailleurs les clés permettant de prévenir tout acte malveillant dans l'entreprise ou dans son périmètre immédiat.

PROGRAMME

Séquence 1 : Comprendre

- Histoire du terrorisme
- Généralités sur les méthodes
- Généralités sur les tactiques
- La « menace » moderne
- Les attentats suicides
- Les méthodes asymétriques (armes à feu, avec véhicule, ...)
- Les récents événements (milieu hôtelier, événementiel, entreprise, ...)

Séquence 2 : Connaître

- L'explosion et ses effets
- Les explosifs et agents NRBC
- Les armes à feu,

Séquence 3 : Réagir « Run Hide Fight »

- Prévenir, alerter
- Se cacher
- Combattre
- Le téléphone portable
- Les forces de l'ordre, la Reprise de Vive Force

Séquence 4 : La gestion de crise

- Plans d'actions
- Prévention
- En France
- A l'étranger

CODE SUR02

Public

Tout salarié d'une entreprise

Pré-requis

Aucun

Démarche pédagogique

Cas concrets

Durée

1 journée (7 heures)

Tarif inter par personne

Adhérent : 550,00 € HT.

Non adhérent : 1 100,00 € HT.

Tarif intra:

Nous consulter

Le Formateur : Heiko DETHIER

Fondateur et Président de FAE SAS.

Ancien officier plongeur démineur puis chef de la division technique, opérationnelle et de la formation du service du déminage du Ministère de l'Intérieur.

Expert en prévention des risques terroristes et asymétriques.

Domaines d'intervention : Sûreté, Sécurité, Prévention des actes terroristes et menaces asymétriques et Conseils pour la sécurisation de salons, d'enceintes sportives, d'événements ou foires internationales



Lever de doute sur un objet abandonné

OBJECTIFS

Présenter les outils et les procédures pour lever le doute sur la dangerosité d'un bagage abandonné. Étude de cas concrets au travers d'exercices pratiques.

PROGRAMME

Séquence 1 : le lever de doute

- Pourquoi lever le doute ?
- Le lever de doute : méthode et procédure

Séquence 2 : les moyens existants

- Nucléaire / Radiologique (rayonnement α , β , γ , X, n)
- Biologique
- Chimique
- Explosifs

Séquence 3 : information sur le rayonnement ionisant, le CAMARI et les clichés radiologiques

- Le but des rayons X
- Lire un cliché – que rechercher ?

Séquence 4 : les objets suspects

- Généralités sur la composition d'un engin, colis ou courrier piégé
- Étude de quelques cas réels

Séquence 4 : lever le doute et doute avéré

- Approche, observer et observer l'environnement pour optimiser l'évacuation
- Prises de renseignements pour le retour d'expérience
- Qui prévenir ?
- Confiner l'objet pour préparer l'intervention des services de l'état
- Qui prévenir ?

CODE SUR03

Public

Tout salarié d'une entreprise

Pré-requis

Module CRT

Démarche pédagogique

Exercices pratiques

Durée

1 journée (7 heures)

Tarif inter par personne

Adhérent : 550,00 € HT.

Non adhérent : 1 100,00 € HT.

Tarif intra:

Nous consulter

Le Formateur : Heiko DETHIER

Fondateur et Président de FAE SAS.

Ancien officier plongeur démineur puis chef de la division technique, opérationnelle et de la formation du service du déminage du Ministère de l'Intérieur.

Expert en prévention des risques terroristes et asymétriques.

Domaines d'intervention : Sûreté, Sécurité, Prévention des actes terroristes et menaces asymétriques et Conseils pour la sécurisation de salons, d'enceintes sportives, d'événements ou foires internationales



Confiner un objet suspect

OBJECTIFS

Présenter les outils et méthodes pour confiner un objet suspect. Savoir calculer les zones de danger. Savoir utiliser et exploiter l'environnement pour protéger les personnes et le patrimoine immobilier.

PROGRAMME

Séquence 1 : rappels sur les effets des explosions et engins NRBC

- La fragmentation
- L'onde de choc
- Thermique
- Diffusion agents NRBC

Séquence 2 : évaluer les caractéristiques d'un engin suspect

- Calculer un volume
- Estimer un poids de charge

Séquence 3 : évacuer la surpression et canaliser le blast

- Savoir observer l'environnement
- Utiliser les structures des locaux environnants
- Collaborer avec les services de sécurité de l'entreprise

Séquence 4 : effectuer un confinement

- Choisir le moyen adapté
- Mettre en place le moyen de confinement
- Établir les règles de circulation autour du moyen de confinement
- Baliser le chemin d'accès et les zones de danger
- Mettre en sécurité les personnels environnants

CODE SUR04

Public

Tout salarié d'une entreprise

Pré-requis

Module SUR03

Démarche pédagogique

Ordinateur

Vidéoprojecteur

Enceinte de confinement

Durée

1 jour (7 heures)

Tarif inter par personne

Adhérent : 550,00 € HT.

Non adhérent : 1 100,00 € HT.

Tarif intra:

Nous consulter

Le Formateur : Heiko DETHIER

Fondateur et Président de FAE SAS.

Ancien officier plongeur démineur puis chef de la division technique, opérationnelle et de la formation du service du déminage du Ministère de l'Intérieur.

Expert en prévention des risques terroristes et asymétriques.

Domaines d'intervention : Sûreté, Sécurité, Prévention des actes terroristes et menaces asymétriques et Conseils pour la sécurisation de salons, d'enceintes sportives, d'événements ou foires internationales



↳ Concevoir et valoriser
vos événements

Meeting Design : Comment bâtir un événement qui fait du sens avec l'EVENTCANVAS ?

OBJECTIFS

- Se familiariser avec le concept de meeting design ou architecture de l'événement
- Utiliser la méthode de l'#EVENTCANVAS
- Savoir pratiquer la méthode pour redonner sens et stratégie à vos événements

PROGRAMME

Session d'introduction à la méthode

- Appréhender les outils Mural et Zoom
- Apprendre à se connaître
- L'EventCanvas, pourquoi et comment ?
- Comment les leaders et acteurs du changement utilisent l'#EventCanvas ?
- Les étapes de l'EventCanvas
- Cas d'étude pour le reste des sessions

Identifiez le CHANGEMENT de comportement

- Identifier les 6 rôles pour l'Event Canvas
- Sélectionner nos parties prenantes
- Utilisation des cartes d'empathie
- Mise en pratique de l'Event Canvas par partie prenante

CADREZ le défi de la conception

- L'EventCanvas étape par étape
- Créer l'histoire de chaque étape
- Le Delta Event Canvas : préparation pour la conception

L'heure du PROTOTYPE

- Prototype/s de l'événement
- Debrief du Business case + questions additionnelles
- Remise du Certificat de Participation Niveau 1

CODE MKT01

Public

Cadres, responsables événementiels, et collaborateurs impliqués dans la stratégie, le développement, le marketing et la communication d'entreprises de lieux et entreprises événementielles.

Démarche pédagogique

Travail collectif sur un événement donné et choisi ensemble.

Durée

7 heures (1 jour)

Tarif inter par personne

Adhérent : 550,00 € HT.

Non adhérent : 850,00 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

Le Formateur: Vincent Roux

Vincent ROUX est CEO de VRConsulting, un cabinet de conseils pour la filière événementielle et hôtelière. Certifié du Certificat d'Event Designers et Past Président de l'association Meeting Professionals International, Vincent a développé une expertise reconnue. Passionné par son métier, Vincent prône pour la mise en relation, le dialogue et la transmission du savoir-faire et le savoir-être en intervenant lors de conférences, créant des événements et enseignant.



Les étapes fondamentales d'un événement réussi

OBJECTIFS

Maîtriser les outils et les processus pour réussir son événement

PROGRAMME

Connaître ses cibles et maîtriser son écosystème pour mieux adapter son événement.

- Cas pratique : chaque participant réalisera son propre écosystème

Planifier et anticiper

- Exemples de bons outils et tableaux de bords

Fédérer autour du projet

- Cas pratique : travail en groupes pour trouver des idées originales afin de fédérer les départements transverses internes à l'entreprise

Trouver les bons relais, partenaires, ambassadeurs

- Cas pratique : étude d'un cas proposé par un participant

Commercialiser

- Cas pratique : Exemples d'outils de commercialisation et de tableaux de bord

Communiquer, en interne, en externe, auprès de différentes cibles clients

- Cas pratique : étude d'un cas et rédaction d'une courte e-news

Préparer la mise en place et le déroulé sur site

- Exemples de brief écrit avant événement

Assurer le suivi post événement

- Exemple de plan d'action de suivi post-event

CODE MKT02

Public

Dirigeants, responsables de projet, responsables marketing et communication, toute personne amenée à organiser un événement.

Profils : Organisateur d'événements.

Démarche pédagogique

Alternance de théorie et de cas pratiques pour chaque chapitre.

Un questionnaire sera envoyé en amont pour mieux comprendre les attentes des participants.

Durée

14 heures (2 jours)

Tarif inter par personne

Adhérent : 900,00 € HT.

Non adhérent : 1800,00 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

La Formatrice : Dorothee GRICOURT

Dorothee Gricourt, fondatrice de Next Step Consulting - cabinet de conseil en événementiel - a plus de 20 ans d'expérience en marketing et communication multi secteurs, dont 12 ans d'expérience en tant que directrice marketing et communication sur des salons de grande envergure à dimension internationale (Equip'Hôtel, SIAL Group – Paris, Pékin, Abu Dhabi, Montréal, Toronto, Sao Paulo, Jakarta, Manille). Ses clients sont entre autres les grands organisateurs d'événements à Paris et à Montpellier. Elle enseigne également à Sup de Com Montpellier.



Construire un plan de communication efficace pour votre événement

OBJECTIFS

Comprendre les publics visés et les objectifs de l'événement
Maîtriser l'ensemble des outils, des budgets et des rétroplannings
Savoir-être efficace sur site et post événement

PROGRAMME

Comprendre son écosystème, les publics visés et les objectifs fixés

- Cas pratique : travail collectif sur un événement donné : listing des différents publics et objectifs visés

Choisir les bons outils, trouver le bon équilibre entre on et off line

- Cas pratique : travail croisé en binôme sur les outils les plus pertinents

Maîtriser son budget et son retroplanning

- Cas pratique : travail collectif, construction d'un retroplanning

Communiquer pendant l'événement

- Cas pratique : chaque participant listera les actions de communication à mener pendant son événement

Gérer la communication Post-événement

- Cas pratique : travail collectif sur un événement donné, établir la liste des actions de communication à mener

CODE MKT03

Public

Dirigeants, responsables de projet, responsables marketing et/ou communication, toute personne dans l'entreprise amenée à construire un plan de communication autour d'un événement.
Profils : Organisateur d'événements.

Démarche pédagogique

Alternance de théorie et de cas pratiques pour chaque chapitre.
Un questionnaire sera envoyé en amont pour mieux comprendre les attentes des participants.

Durée

10.5 heures (1,5 jour)

Tarif inter par personne

Adhérent : 675,00 € HT.

Non adhérent : 1350,00 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

La Formatrice : Dorothee GRICOURT

Dorothee Gricourt, fondatrice de Next Step Consulting - cabinet de conseil en événementiel - a plus de 20 ans d'expérience en marketing et communication multi secteurs, dont 12 ans d'expérience en tant que directrice marketing et communication sur des salons de grande envergure à dimension internationale (Equip'Hôtel, SIAL Group – Paris, Pékin, Abu Dhabi, Montréal, Toronto, Sao Paulo, Jakarta, Manille). Ses clients sont entre autres les grands organisateurs d'événements à Paris et à Montpellier. Elle enseigne également à Sup de Com Montpellier.



Optimiser ses relations média

Comment gérer au mieux ses relations avec la presse écrite, les tv, les radios, les web média et les réseaux sociaux

OBJECTIFS

- Mieux comprendre les rouages des relations média
- Maîtriser les différents supports et s'adapter aux différents interlocuteurs
- Maîtriser l'ensemble des outils pour mieux appréhender ces journalistes et cibles média

PROGRAMME

Introductions : des relations média, pour quoi faire ?

Profil des différents journalistes et de leurs supports : presse écrite, tv, radios, les web média et principaux réseaux sociaux, les blogs et les influenceurs

- Cas pratique : chaque participant identifiera son propre « écosystème média », puis mise en commun pour conclure

Le fichier de contacts média, clé de voute du système

- Cas pratique : travail collectif ; construction d'un fichier de contacts

Les outils : communiqués, dossiers, conférences, voyages de presse, tweet, blogs

- Cas pratique : Rédaction d'un communiqué de presse, d'un tweet
- Exemples de blogs

Evaluation des retombées presse : les outils de veille

- Cas pratique : recherche de retombées web média sur un événement donné

Initiation au média training : comment bien se préparer à une interview de journaliste ?

- Cas pratique : chaque participant répondra à 3 questions, suivi d'une séance de débrief.

CODE MKT04

Public

Responsables marketing, communication, média et/ou presse, attaché(e)s de presse. Toute personne amenée à communiquer avec les média.

Profils : Organisateur(s) d'événements, sites et prestataires.

Démarche pédagogique

Alternance de théorie et de cas pratiques pour chaque chapitre.

Un questionnaire sera envoyé en amont pour mieux comprendre les attentes des participants.

Durée

14 heures (2 jours)

Tarif inter par personne

Adhérent : 900,00 € HT.

Non adhérent : 1800,00 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

La Formatrice : Dorothee GRICOURT

Dorothee Gricourt, fondatrice de Next Step Consulting - cabinet de conseil en événementiel - a plus de 20 ans d'expérience en marketing et communication multi secteurs, dont 12 ans d'expérience en tant que directrice marketing et communication sur des salons de grande envergure à dimension internationale (Equip'Hôtel, SIAL Group – Paris, Pékin, Abu Dhabi, Montréal, Toronto, Sao Paulo, Jakarta, Manille). Ses clients sont entre autres les grands organisateurs d'événements à Paris et à Montpellier. Elle enseigne également à Sup de Com Montpellier.



2 - Concevoir et valoriser vos événements

Marketing et Communication

Partenariat et sponsoring, comment assurer la pérennité ?

Le partenaire ou le sponsor ne sont pas des clients comme les autres, comment les appréhender, comment les convaincre, comment les fidéliser.

OBJECTIFS

Comment concevoir une offre de sponsoring ou de partenariat efficace et pérenne

PROGRAMME

Introduction : définitions et cadre de la formation

Définir son offre : en partant de zéro ou en partant d'un acquis

- Cas pratique : travail collectif sur un cas suggéré par un participant

Les éléments clés d'un échange et la valorisation des échanges

- Cas pratique : chaque participant travaillera sur son propre cas, avec une mise en commun en guise de conclusion

Réussir sa négociation : les clés d'un bon entretien commercial

- Jeu de rôle : un commercial présente son offre de partenariat à un potentiel partenaire

Le contrat de partenariat : les éléments incontournables du contrat, comment le rédiger, comment trouver les bons compromis avec le partenaire

- Exemples de bons et de mauvais contrats

Le suivi et la mise en place : la clé de la pérennité

- Analyse des cas suggérés par les participants, mise en avant des partenariats réussis, et de ceux à améliorer

Savoir-être : souplesse et créativité, mise en pratique

- Jeux de rôle : un sponsor exigeant face à un organisateur

CODE MKT05

Public

Dirigeants, responsables marketing et/ou communication, responsables des partenariats et/ou du sponsoring, toute personne amenée à concevoir et vendre des offres de sponsoring et de partenariats. Profils : Organisateur d'événements, sites, prestataires.

Démarche pédagogique

Alternance de théorie et de cas pratiques pour chaque chapitre.

Un questionnaire sera envoyé en amont pour mieux comprendre les attentes des participants.

Durée

14 heures (2 jours)

Tarif inter par personne

Adhérent : 900,00 € HT.

Non adhérent : 1800,00 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

La Formatrice : Dorothee GRICOURT

Dorothee Gricourt, fondatrice de Next Step Consulting - cabinet de conseil en événementiel - a plus de 20 ans d'expérience en marketing et communication multi secteurs, dont 12 ans d'expérience en tant que directrice marketing et communication sur des salons de grande envergure à dimension internationale (Equip'Hôtel, SIAL Group – Paris, Pékin, Abu Dhabi, Montréal, Toronto, Sao Paulo, Jakarta, Manille). Ses clients sont entre autres les grands organisateurs d'événements à Paris et à Montpellier. Elle enseigne également à Sup de Com Montpellier.



2 - Concevoir et valoriser vos événements

Marketing et Communication

Comment stimuler sa créativité événementielle tout en restant pertinent ?

OBJECTIFS

Vous avez un événement à créer ? Qu'il s'agisse d'un événement à créer de toutes pièces ou d'une animation à ajouter à un événement existant, comment maîtriser les phases de la création et trouver les bonnes sources d'information et d'inspiration ?

PROGRAMME

Définir les fondamentaux de l'événement à créer

Comprendre le client et ses besoins

Replacer le client au coeur de son écosystème

- Cas pratique : travail collectif, écriture d'un écosystème sur un client donné

Les sources d'information et d'inspiration : Benchmark, veille concurrentielle, études de marché, focus groups, pige média on et off line

- Cas pratique : étude de cas à partir d'un brief client souhaitant créer un événement – travail en binôme pour établir la liste des sources d'inspiration et d'information les plus pertinentes

Brainstorming, autres sources d'informations (clients, partenaires, prestataires...)

- Cas pratique : Organiser un bon brainstorming

La mise en place et la coordination des savoir-faire : entre créativité et réalité...

- Cas pratique : poursuite du brainstorming et short listing des possibles

CODE MKT06

Public

Dirigeants, responsables de projets, responsables marketing et/ou communication, toute personne en charge de la création d'un événement, d'une animation.

Profils : Organisateur d'événements.

Démarche pédagogique

Alternance de théorie et de cas pratiques pour chaque chapitre.

Un questionnaire sera envoyé en amont pour mieux comprendre les attentes des participants.

Durée

10,5 heures (1,5 jour)

Tarif inter par personne

Adhérent : 675,00 € HT.

Non adhérent : 1350,00 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

La Formatrice : Dorothee GRICOURT

Dorothee Gricourt, fondatrice de Next Step Consulting - cabinet de conseil en événementiel - a plus de 20 ans d'expérience en marketing et communication multi secteurs, dont 12 ans d'expérience en tant que directrice marketing et communication sur des salons de grande envergure à dimension internationale (Equip'Hôtel, SIAL Group – Paris, Pékin, Abu Dhabi, Montréal, Toronto, Sao Paulo, Jakarta, Manille). Ses clients sont entre autres les grands organisateurs d'événements à Paris et à Montpellier. Elle enseigne également à Sup de Com Montpellier.



Le Social Selling pour les acteurs de l'événementiel

OBJECTIFS

- Gagner du temps et de l'argent dans la recherche de nouveaux prospects et générer plus de leads
- Créer de la proximité avec les prospects et les clients
- Enrichir la présence sur les réseaux sociaux
- Etre en contact avec les bonnes personnes, aux bons moments avec les bons contenus

PROGRAMME

Démarrer l'aventure Social Selling

- Appréhender le contexte des entreprises événementielles et le besoin et rôle du Social Selling au sein de leur écosystème
- Prendre conscience de l'importance de définir une stratégie d'entreprise afin de vendre sur les réseaux sociaux
- Comprendre le Social Selling, son utilité et ses bénéfices

Construire son nouveau Personal Branding de Social Seller

- Comprendre le fonctionnement et la mise en application des différents réseaux
- Réfléchir sur comment se présenter sur les réseaux sociaux de manière professionnelle

Comment communiquer efficacement en tant que Social Seller

- Appréhender les bonnes pratiques de communication et de diffusion des contenus sur les réseaux sociaux (quels contenus, quand et quelle cible)
- Apprendre à paramétrer son profil afin d'agrèger des contenus ciblés.
- Approfondir la ligne éditoriale en se basant sur le cycle d'événementiel

Construire sa stratégie Social Selling

- Maîtriser les pratiques d'identification des prospects
- Concevoir les invitations, des modèles de textes et sa feuille de route stratégique
- Apprendre les techniques de fidélisation des clients et prospects sur les réseaux sociaux

Intégrer les réflexes de Social Seller

- Revoir les outils nécessaires afin d'optimiser la productivité de ses actions de Social Seller (veille, agrégation, partage, etc.)
- Créer et s'approprier des automatismes quotidiens tout au long du cycle de vente
- Identifier le ROI et mettre en place un système de sa prise de mesure

CODE MKT07

Public

Dirigeants, responsables, et tout collaborateur en charge de la commercialisation, la relation client et la communication.

Démarche pédagogique

Alternance d'accompagnement pédagogique en face à face et à distance pour aider à intégrer les méthodes et pratiques de Social Selling. Un questionnaire sera envoyé en amont pour mieux comprendre vos pratiques des réseaux sociaux.

Durée

7 heures (1 jour) en présentiel
5 heures en distanciel

Tarif inter par personne

Adhérent : 590,00 € HT.
Non adhérent : 1180,00 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

Organisme de formation : The Smartworking Company

L'équipe Smartworking® c'est une vingtaine de consultants et formateurs multi-culturels spécialistes de leur métier : prospection commerciale, performance des forces commerciales, transformation digitale dans l'événementiel, la banque/finance, le télécom, les assurances, le BTP, l'IT, l'aérien, l'industrie et les réseaux de distribution spécialisés, expérience client, medias sociaux, ressources humaines, e-marketing, digital learning... Experts de l'accompagnement pédagogique, l'acculturation des collaborateurs aux réseaux sociaux et la transformation digitale des métiers, les formateurs expérimentés permettent d'être rapidement opérationnels afin d'obtenir des résultats durables et d'anticiper les évolutions futures des métiers.

Évaluez et pilotez vos événements et vos sites avec Cleo, le calculateur de performance événementielle

OBJECTIFS

S'approprier le calculateur (méthodologie d'études et fonctionnalités) et exploiter ses résultats afin de construire les argumentaires stratégiques pour ses parties prenantes

PROGRAMME

1/ Cleo, un calculateur stratégique pour les événements

- a. Le calculateur un outil de filière
 - Objectif de l'outil et intérêt du calcul d'impact
 - Sa co-construction de filière
 - Principes d'utilisation
 - b. Reporting de performance, source d'argumentaires
 - Comprendre les indicateurs
 - Exploiter les indicateurs
 - Communiquer sur les indicateurs
- Focus site : cleo, un outil de relation client-organisateur

2/ Méthodologie d'étude et fonctionnalités

- a. Data, comment collecter les données ?
 - Comprendre les données d'entrée
 - Atelier : quel processus de collecte interne
 - Mettre en place des enquêtes participants
- b. Cleo, comment fonctionne l'outil web ?
 - Le site internet du calculateur
 - La plateforme de reporting

3/ Atelier pratique

- a. Créer son reporting
- b. Exploiter son reporting

CODE DD01

Public

Dirigeants, directeurs et tout collaborateur en charge du pilotage événementiel, du marketing, développement et relations commerciales, du reporting, de la communication ou de la RSE au sein d'entreprises organisatrices d'événements ou gestionnaires de lieux.

Démarche pédagogique

présentation des enjeux du reporting, méthodologies d'études, ateliers pratiques.

Durée

7 heures (1 jour)

Tarif inter par personne

Adhérent : 450,00 € HT.

Non adhérent : 900,00 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

Les Formateurs : Louis Stelian et Marie-Sophie Capelle

Louis Stelian est Responsable Développement Durable chez UNIMEV. Il accompagne les entreprises dans la prise en main de l'outil.

Marie-Sophie est Responsable des études chez UNIMEV. Elle est en charge de l'exploitation des données.

Développement durable

Engager la transformation écologique et solidaire de ses événements Pourquoi et comment ? Du devoir de responsabilité à la création de valeur ajoutée

OBJECTIFS

Comprendre les notions de responsabilité sociétale et de développement durable
Identifier les opportunités d'un engagement écologique et solidaire et les risques de l'inaction
Connaître les points clés d'une démarche réussie en s'inspirant d'initiatives récentes
Découvrir les ressources et outils facilitateurs

PROGRAMME

1/ DÉCOUVRIR LA RSE DANS L'ÉVÉNEMENTIEL

Développement durable, responsabilité sociétale et transition écologique et sociale, de quoi parle-t-on ?

- Définition et notions clés
- Le contexte international (Accords de Paris, ODD)
- Le contexte national (Agenda 2030 et déclinaisons sectorielles)

Les spécificités du secteur événementiel et présentation d'initiatives remarquables.

- De l'éphémère au durable
- Quelques repères sur les outils, labels et normes

2/ DÉFINIR UN PLAN DE TRANSFORMATION STRATÉGIQUE (MANAGEMENT)

Comment s'engager ? Une méthode pour changer de modèle

- Les conditions clés d'un engagement réussi
- Les principales étapes d'une démarche crédible

Les premiers pas : réaliser le diagnostic de ses activités

- Le dialogue avec les parties prenantes, pour s'adapter et avancer
- L'analyse de la matérialité des enjeux RSO de son entreprise
- La formalisation de ses valeurs, de sa politique et de sa stratégie
- Réflexion sur les nouveaux modèles économique

3/ DÉCLINER OPÉRATIONNELLEMENT SA STRATÉGIE RSE

- Construire son plan d'action
- Évaluer pour s'améliorer
- Les financements

CODE DD02

Public

Direction générale, du développement durable, des achats des entreprises impliquées dans la conception ou l'organisation d'événements.

Démarche pédagogique

Alternance apports théoriques et cas pratiques.

Durée :

7 heures (1 jour)

Tarif inter par personne

Adhérent : 500,00 € HT.

Non adhérent : 790,00 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

Les Formateurs : CABINET HERRY CONSEIL

Caroline DURAND-GASSELIN : Titulaire d'un Master en Politiques de l'Environnement de Sciences Po Paris, formée à l'audit de systèmes de management et à la conduite de programmes organisationnels de changement en faveur de la responsabilité sociétale et experte de l'accompagnement à la certification ISO 20121.

Matthieu JOUBERT : Titulaire d'un Master en management des organisations sportives et formé à l'audit de systèmes de management et compétent dans la mise en œuvre de plusieurs normes et référentiels de développement durable.

Laetitia ZAPPELLA : Titulaire d'un diplôme d'ingénieure en Aménagement du Territoire et d'un Master en Administration des Entreprises et formée à la mise en œuvre de prestations Bilan carbone®.

Mettre en place le processus de certification ISO 20121

OBJECTIFS

S'approprier et implémenter le système de management responsable ISO 20121
Construire une politique développement durable et bâtir son plan d'actions
Se préparer aux audits et à la revue de direction.

PROGRAMME

JOUR 1* : Rappel et approfondissement des notions de base / Introduction à l'ISO 20121 / Initier le diagnostic de sa structure

*La présence du dirigeant est requise pour cette 1ere journée de formation et d'introduction à la norme.

JOUR 2 : Présentation de la matrice de matérialité / Définir ses enjeux de développement durable et ses objectifs

JOUR 3 : Construire une politique DD ISO 20121 / Bâtir son plan d'actions / Réaliser sa cartographie des processus

JOUR 4 : Présentation des procédures ISO 20121 / S'approprier les exigences ISO 20121 / Rédiger une procédure : définir ses enjeux DD

JOUR 5 : Rédiger ses procédures : achats, non-conformité, communication / Faire vivre son plan d'actions

JOUR 6 : Rédiger 3 procédures : veille réglementaire, risques / Faire vivre son plan d'actions

JOUR 7 : Animer la démarche dans le temps / Faire le bilan et s'améliorer en revue de direction

CODE DD03

Public

Tout dirigeant, directeur ou collaborateur souhaitant s'emparer des questions de RSE par la certification ISO 20121

Durée

49 heures (7 jours)
De février 2021 à septembre 2021

Tarif inter par personne (minimum 10 entreprises participantes)

Adhérent : 3850,00 € HT

Pour participer à cette formation, une forte implication de la direction et du stagiaire est demandée, ainsi qu'une assiduité aux cours et la réalisation de travaux à effectuer en autonomie.

La Formatrice : Camille Soulacroix

Camille Soulacroix est directrice conseil chez Green Événements, cabinet spécialisé en événementiel responsable.



Obtenir la certification ISO 20121

OBJECTIFS

Se préparer à l'audit de certification ISO 20121
Obtenir la certification ISO 20121.

PROGRAMME

JOUR 1 : Journée de préparation à l'audit - prise de connaissance du système de management, création du plan d'audits, planification des audits.

JOUR 2 : Sensibilisation des équipes et audit interne – présenter la démarche DD aux équipes, le principe d'amélioration continue et les procédures clés / comprendre la méthodologie de l'audit.

JOUR 3* : Audit interne – identifier les points forts, opportunités d'amélioration, points sensibles et non-conformités de son système de management responsable.

*Pour les structures de plus de 50 collaborateurs, la durée des audits internes est de 2 jours.

JOUR 4 : Compte-rendu et préparation-production de la revue de direction – faire le bilan de sa démarche, acquérir une méthodologie pour mener à bien la revue de direction.

CODE DD04

Public

Toute structure souhaitant s'emparer des questions de RSE par la certification ISO 20121

Pré requis

Être en cours de mise en conformité ISO 20121.

Durée

Structures de - de 50 collaborateurs : 4 jours
Structures de + de 50 collaborateurs : 5 jours
De septembre à décembre 2021

Tarif intra par personne (minimum 10 entreprises participantes)

Structures de - de 50 collaborateurs :
4200 € HT
Structures de + de 50 collaborateurs :
5400 € HT

Pour participer à cette formation, une forte implication de la direction et de l'entreprise est demandée, ainsi qu'une assiduité aux réunions et la réalisation de travaux à effectuer en autonomie.

La Formatrice : Camille Soulacroix

Camille Soulacroix est directrice conseil chez Green Événements, cabinet spécialisé en événementiel responsable.



↳ 3 - Développer
vos talents

La négociation commerciale

OBJECTIFS

- Faire monter en compétences les équipes commerciales
- Préparer et réussir vos entretiens de vente en face à face
- Provoquer la décision d'achat face à la concurrence

PROGRAMME

Mener une négociation commerciale et réussir la vente

- Identifier et maîtriser les différentes étapes d'un entretien commercial
- Gagner en crédibilité dès la phase de contact
- Structurer l'entretien pour s'en assurer la maîtrise
- Répondre et traiter les objections de votre client
- Détecter et analyser les signaux d'achat
- Convaincre par l'écoute et l'art de la négociation
- Se différencier de vos concurrents et prouver votre valeur ajoutée

S'affirmer en négociation commerciale

- L'importance de la communication verbale et non verbale
- Garder la maîtrise de soi et la maîtrise du déroulement de l'entretien
- Gérer les situations de stress et de blocage
- Oser s'affirmer dans la relation commerciale et poser ses limites

CODE TEC01

Public

Equipes commerciales des organisateurs de foires et salons (Juniors).

Pré-requis

Pratiquer la commercialisation des foires et salons.

Démarche pédagogique

Méthode active pour provoquer et structurer des échanges. Mise en situation sur des cas concrets et exercices pratiques.

Durée

7 heures (1 jour)

Tarif inter par personne

Adhérent : 500,00 € HT.

Non adhérent : 1 000,00 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

Le Formateur : Emmanuel MELOT

17 années passées chez un des leaders de l'événementiel, au sein du département Industrie (salons professionnels Alliance, STIM, Industrie Lyon et Paris), dont 6 ans dans le département Grand Public (Foire de Lyon, Living...), m'ont permis d'acquérir des compétences dans l'argumentation des événements, la relation client-exposant et renforcé ma passion pour votre métier.



Commercialisation d'un événement

Vendre et commercialiser un événement professionnel / grand public

OBJECTIFS

- Faire monter en compétences les équipes commerciales
- Maitriser son marché /connaître les tendances et évolutions du secteur
- Acquérir les techniques de vente propres à l'événementiel
- Réussir les ventes de surfaces et de services additionnels

PROGRAMME

1. Les données du secteur

- Les chiffres clefs du secteur de l'événementiel (source unimev)
- Les motivations des exposants et les raisons d'exposer
- Les évolutions et les tendances de demain

2. Les techniques de prospection, de négociation et de vente par téléphone propres à l'événementiel

- Les 5 étapes clés pour être efficace: « se préparer, prendre contact, découvrir, argumenter et conclure »
- Organiser sa prospection : Gestion du temps et rétro - planning
- Stratégie et choix des exposants (cibles prioritaires / référents)
- Acquérir les bonnes pratiques de la relance par téléphone
- Répondre et traiter les objections spécifiques aux manifestations
- Les techniques de « closing » et de fidélisation

3. Les aspects concrets de la vente de stands

- Connaissance des différents services impliqués dans les foires et salons
- Les outils de commercialisation: dossiers d'inscription, site internet
- Les prescripteurs et réseaux à utiliser pour la promotion de l'événement
- Gestion des implantations des stands sur plans (cas pratiques)
- Relance des impayés

4. Le suivi des actions commerciales

- Les indicateurs de la performance commerciale : tableau de bord
- Présentation du calculateur de performance globale
- Les outils pour améliorer le suivi (nombre d'appels, ratios..)
- Organiser ses actions en fonction des priorités

CODE TEC02

Public

Equipes commerciales des organisateurs de foires et salons (Juniors et seniors).

Pré-requis

Pratiquer la commercialisation des foires et salons.

Démarche pédagogique

Méthode active pour provoquer et structurer des échanges. Mise en situation sur des cas concrets et exercices pratiques.

Durée

14 heures (2 jours)

Tarif inter par personne

Adhérent : 900,00 € HT.

Non adhérent : 1 500,00 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

Le Formateur : Emmanuel MELOT

17 années passées chez un des leaders de l'événementiel, au sein du département Industrie (salons professionnels Alliance, STIM, Industrie Lyon et Paris), dont 6 ans dans le département Grand Public (Foire de Lyon, Living...), m'ont permis d'acquérir des compétences dans l'argumentation des événements, la relation client-exposant et renforcé ma passion pour votre métier.



Commercialisation d'une manifestation : process, outils et plan d'action

OBJECTIFS

Faire prendre conscience des enjeux commerciaux
Acquérir les pratiques spécifiques liées à la commercialisation d'une manifestation

PROGRAMME

L'enjeu commercial : conquérir et fidéliser des exposants

- L'offre salons : répondre à des raisons d'exposer
- La gestion du plan du salon : choisir des exposants intéressants
- Adapter les process de commercialisation aux cibles et typologies d'exposants

Les process de commercialisation de la manifestation

- Les outils de commercialisation : dossiers d'inscription, documents de promotion, Internet
- Les actions de commercialisation
- Les démultiplicateurs

Le timing pour la commercialisation d'une manifestation

- Les contraintes et les freins des exposants ; les choix budgétaires
- Les impératifs de la manifestation : le retro-planning
- Les boosters pour accélérer et concrétiser les inscriptions

Plan d'action commercial et tableau de bord de la manifestation

- Les rendements attendus
- Le tableau de bord commercial : rétro-planning/points de passage
- Anticiper et planifier l'effort commercial pour garantir la réalisation de l'objectif

CODE TEC03

Public

Equipes commerciales des organisateurs de foires et salons (Juniors et seniors).

Pré-requis

Pratiquer la commercialisation de Foires ou de Salons.

Démarche pédagogique

Méthode active pour provoquer et structurer des échanges. Mise en situation sur des cas concrets et exercices pratiques.

Durée

14 heures (2 jours)

Tarif inter par personne

Adhérent : 900,00 € HT.

Non adhérent : 1 500,00 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

Le Formateur : Emmanuel MELOT

17 années passées chez un des leaders de l'événementiel, au sein du département Industrie (salons professionnels Alliance, STIM, Industrie Lyon et Paris), dont 6 ans dans le département Grand Public (Foire de Lyon, Living...), m'ont permis d'acquérir des compétences dans l'argumentation des événements, la relation client-exposant et renforcé ma passion pour votre métier.



Comment prospecter et fidéliser ses clients en temps de crise

OBJECTIFS

- Faire monter en compétences les équipes commerciales
- Maitriser son marché/connaitre les tendances et évolutions du secteur
- Acquérir les techniques de vente propres à l'événementiel
- Maintenir la relation de confiance en climat Covid 19

PROGRAMME

1. Les données du secteur

- Les chiffres clefs du secteur de l'événementiel (source UNIMEV)
- Les motivations des exposants et les raisons d'exposer
- Les évolutions et les tendances de demain :
 - o le média salon : un outil de business passionnant par les rencontres et l'innovation
 - o un atout pour vous de commercialiser un événement fédérateur

2. Les techniques de prospection, de négociation et de vente par téléphone propres à l'événementiel

- Les 5 étapes clés pour être efficace: «se préparer, prendre contact, découvrir, argumenter et conclure»
- Organiser sa prospection : Gestion du temps et rétro - planning
- Stratégie et choix des exposants (cibles prioritaires / référents)
- Acquérir les bonnes pratiques de la relance par téléphone
- Répondre et traiter les objections spécifiques aux manifestations
- Les techniques de «closing» et de fidélisation

3. Gestion de la relation client en période de crise Covid 19

- Rassurer et maintenir la confiance de vos clients
- Comment aborder un prospect en climat covid 19 , présentation de la méthode DISC
- L'utilisation des réseaux sociaux pour communiquer
- Les nouvelles offres de services: Evenements digitaux et hybrides
- Conclure vos ventes en situation difficile

CODE TEC04

Public

Equipes commerciales des organisateurs de foires et salons (Juniors et seniors).

Pré-requis

Expérience de la relation clientèle.

Démarche pédagogique

Méthode active pour provoquer et structurer des échanges. Mise en situation sur des cas concrets et exercices pratiques.

Durée

14 heures (2 jours)

Tarif inter par personne

Adhérent : 900,00 € HT.

Non adhérent : 1 500,00 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

Le Formateur : Emmanuel MELOT

17 années passées chez un des leaders de l'événementiel, au sein du département Industrie (salons professionnels Alliance, STIM, Industrie Lyon et Paris), dont 6 ans dans le département Grand Public (Foire de Lyon, Living...), m'ont permis d'acquérir des compétences dans l'argumentation des événements, la relation client-exposant et renforcé ma passion pour votre métier.



Conclure vos ventes en situation difficile

OBJECTIFS

Savoir appréhender une situation difficile et être capable d'utiliser à bon escient les techniques de persuasion offensives pour prendre confiance en vous et conclure vos ventes

PROGRAMME

Etude du contexte / Environnement

- Analyse de la situation globale du client
 - Prise en compte des enjeux de toutes les parties prenantes
 - Elaboration de sa stratégie de vente
- Diagnostic effectué sur des cas concrets (participants)

Analyse des profils d'acheteurs

- Les catégories recensées de personnalités d'acheteurs
 - Les critères de différenciation et besoins liés
- Analyse effectuée sur des cas concrets (participants)

Approches de vente et comportements associés

- Technique de vente « Pull », colonne vertébrale
 - Technique de vente « Push », bénéfices et risques
- Entraînement en sous-groupe / Comprendre et pratiquer

CODE TEC05

Public

Responsables commerciaux, commerciaux expérimentés, chargés de projet...

Pré-requis

Avoir une connaissance suffisante de son offre globale, de celle de ses concurrents principaux et des attentes de ses clients.

Démarche pédagogique

Participative et inductive
Entraînement individuel et jeux de rôle, utilisation ponctuelle de la vidéo.
Appréciation des acquis de la formation

Durée

14 heures (2 jours)

Tarif inter par personne

Adhérent : 1 000,00 € HT.
Non adhérent : 1 500,00 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

La Formatrice : Anne-Caroline FEIST

Directrice de a2c+ FORMATION

Experte en développement commercial et en communication interpersonnelle, Anne-Caroline intervient auprès des équipes des Palais des Congrès et Parcs d'exposition depuis plus de 10 ans.

Toutes ses actions de formations sont réalisées sur mesure.

Elles sont destinées au management opérationnel et aux équipes de vente avec pour objectifs majeurs l'optimisation de la relation client, l'efficacité commerciale et la rentabilité.



Savoir convaincre et se différencier avantageusement des offres concurrentes

OBJECTIFS

- Élaborer une stratégie de vente efficace
- Déterminer la valeur ajoutée de son offre globale
- Démontrer la justesse de son offre
- Savoir convaincre et faire adhérer

PROGRAMME

Méthode de vente et outils d'analyse

- Les 4 phases du processus d'achat : gestion des attentes, gestion des choix, gestion des inquiétudes, gestion de projet
- Les 3 phases du processus de vente : découverte des attentes et argumentation, accompagnement de la prise de décision, conclusion et suivi de la vente
- Les 2 types de méthodes de vente : pull/ push
- Les outils de diagnostic d'analyse de compte

Les étapes du processus de vente

- La préparation de l'entretien de vente
- L'ouverture de l'entretien
- Identifier les motivations d'achat, besoins et enjeux de ses interlocuteurs
- Argumenter et Convaincre en se différenciant des offres concurrentes
- Conclure pour obtenir un engagement définitif
- Mettre en œuvre le processus de suivi, gestion de projet

CODE TEC06

Public

Commerciaux juniors, chargés de projet.

Pré-requis

Avoir une connaissance minimale de l'offre globale et de celle de ses concurrents principaux.

Démarche pédagogique

Participative et inductive
Exercices et jeux de rôle, utilisation ponctuelle de la vidéo
Appréciation des acquis de la formation.

Durée

21 heures (3 jours)
2 jours en présentiel et 1 jour à distance

Nous consulter pour avoir le détail.

Tarif inter par personne

Adhérent : 1 500,00 € HT.
Non adhérent : 2 100,00 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

La Formatrice : Anne-Caroline FEIST

Directrice de a2c+ FORMATION
Experte en développement commercial et en communication interpersonnelle, Anne-Caroline intervient auprès des équipes des Palais des Congrès et Parcs d'exposition depuis plus de 10 ans.
Toutes ses actions de formations sont réalisées sur mesure.
Elles sont destinées au management opérationnel et aux équipes de vente avec pour objectifs majeurs l'optimisation de la relation client, l'efficacité commerciale et la rentabilité.



Le manager, pilote de la performance de son équipe

OBJECTIFS

Analyser la structure et la dynamique de son équipe pour pouvoir décider des changements structurels à opérer en vue de développer la performance globale
Conduire le changement

PROGRAMME

L'efficacité d'un groupe de travail

- La structure du groupe : qualité des frontières entre les différentes zones : membership - leadership
- La dynamique du groupe : les zones de pressions - processus majeur et processus mineur
- La raison d'être du groupe et sa culture
- Le niveau de cohésion du groupe : les inclinations individuelles et besoins de chacun des membres
- Utilisation des outils d'analyse et d'intervention : diagramme de structure, diagramme dynamique, diagramme des places, diagramme spatial

Conduire le changement (approche systémique)

- Faciliter l'adhésion de toutes les parties prenantes et permettre la responsabilisation de chacun des membres du groupe (groupe hiérarchique ou non hiérarchique)
- Comprendre le mécanisme de résistance aux changements en intégrant « le processus de deuil » inhérent à tout changement mis en œuvre
- Développer la cohésion : limiter les processus majeurs et mineurs au sein du groupe pour laisser davantage de place à l'activité à produire
- S'appuyer sur le modèle de «la roue de Hudson» pour permettre le changement de niveau

CODE MAN01

Public

Dirigeants, Responsables de services et Managers.

Pré-requis

Encadrer une équipe.

Démarche pédagogique

Participative et inductive
Réflexion individuelle dirigée, apport théorique, exercices de compréhension, cas concret, échanges interactifs, confrontation d'expériences et de points de vue, consolidation théorique.

Durée

14 heures (2 jours)

En option : Séances de codéveloppement post formation.

Tarif inter par personne

Adhérent : 1 000,00 € HT.

Non adhérent : 1 500,00 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

La Formatrice : Anne-Caroline FEIST

Directrice de a2c+ FORMATION

Experte en management d'équipes et en communication interpersonnelle, Anne-Caroline intervient auprès des équipes des Palais des Congrès et Parcs d'exposition depuis plus de 10 ans.

Toutes ses actions de formations sont réalisées sur mesure.

Elles sont destinées au management opérationnel et aux équipes de vente avec pour objectifs majeurs l'optimisation de la relation client, l'efficacité commerciale et la rentabilité.



Construire et développer son leadership

OBJECTIFS

- Développer son influence personnelle, leadership charismatique
- Animer et motiver ses collaborateurs en utilisant son leadership relationnel
- Conduire la cohésion au sein de son équipe

PROGRAMME

Leader et leadership

- Leader? Manager? Coach ? Rôle et compétences relationnelles associées
- Les types de leaderships et pouvoirs liés
- Les critères de la confiance et de l'acceptation de fait

Personnalité et communication

- Autodiagnostic de son type de personnalité
- Renforcement des versants positifs de ma personnalité
- Les éléments de la confiance réciproque
- Mes attitudes en communication et les effets produits
- Les transactions simples, doubles, complémentaires et croisées
- Les signes positifs et négatifs de reconnaissance
- Les modes de structuration du temps dans la relation à l'autre

Prévenir ou gérer la démobilitation

- Étude du mode de communication entre les membres de mon équipe
- Analyse des processus existants au sein du groupe
- Apprécier les moteurs sous-jacents d'un conflit interpersonnel ou interservices, découvrir leurs manifestations et savoir comment les gérer

Entendre les émotions

- Identifier les types d'émotion en jeu (pour soi et pour l'autre)
- Comprendre d'où viennent les sentiments négatifs et leurs effets
- Exprimer ses besoins personnels

CODE MAN02

Public

Dirigeants, Responsables de services et Managers.

Pré-requis

Encadrer une équipe.

Démarche pédagogique

Participative et inductive
Réflexion individuelle dirigée, apport théorique, exercices de compréhension, cas concret, échanges interactifs, confrontation d'expériences et de points de vue, consolidation théorique.

Durée

14 heures (2 jours)

Tarif inter par personne

Adhérent : 1 000,00 € HT.

Non adhérent : 1 500,00 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

La Formatrice : Anne-Caroline FEIST

Directrice de a2c+ FORMATION

Experte en management d'équipes et en communication interpersonnelle, Anne-Caroline intervient auprès des équipes des Palais des Congrès et Parcs d'exposition depuis plus de 10 ans.

Toutes ses actions de formations sont réalisées sur mesure.

Elles sont destinées au management opérationnel et aux équipes de vente avec pour objectifs majeurs l'optimisation de la relation client, l'efficacité commerciale et la rentabilité.



Le burn-out ou syndrome d'épuisement professionnel

OBJECTIFS

Savoir prévenir ou gérer des situations de burn-out, avec le salarié concerné et le reste de l'équipe.

PROGRAMME

1) COMPRENDRE LE BURN-OUT, POUR MIEUX AGIR :

Enjeux d'une prévention du burn-out

- Coûts et bénéfices de la santé au travail
- En quoi le management est-il concerné ?
- Enjeux d'une responsabilité civile et pénale des dirigeants

La définition la plus largement utilisée

- Un risque psychosocial
- Les causes du burn-out
- Le processus : les trois étapes menant au burn-out
- Les symptômes constitutifs du burn-out

Diagnostic différentiel

- Surmenage, dépression, instrumentalisation...
- Burn-out, bore-out, brown-out

2) INTERVENIR PRECOCEMENT : ACCOMPAGNER LES SALARIES ET PREVENIR LE BURN-OUT

Détecter le burn-out - signaux individuels et collectifs

- L'évaluation des risques de burn-out pour soi-même
- La détection précoce des signaux d'alerte
- Le repérage collectif du burn-out

Accompagner le burn-out à différents niveaux

- Prise en charge individuelle
- Passer d'une situation individuelle à un questionnaire collectif et organisationnel

CODE MAN03

Public

Dirigeants, DRH, RRH,
Responsable de services, manager.

Pré-requis

Encadrer une équipe.

Démarche pédagogique

Formation associant les aspects théoriques et implication pratiques (échanges, exemples concrets).

Durée

7 heures (1 jour)

Tarif inter par personne

Adhérent : 500,00 € HT.

Non adhérent : 900,00 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

Bruno LEFEBVRE / Valérie SCHEGIN

Psychologue clinicien, Bruno a commencé par travailler trois ans à l'hôpital Beaujon, auprès de patients alcoolodépendants et toxicodépendants. Attaché à son exercice clinique, Bruno l'a progressivement orienté sur les problématiques liées au travail.



Juriste, médiatrice, Valérie a commencé par travailler en milieu industriel. Consultante associée, elle est spécialisée dans la prévention des risques psychosociaux et amélioration de la Qualité de Vie au Travail. Sa connaissance terrain de l'entreprise lui permet d'être au plus proche des attentes des organisations.



Savoir manager au regard des contraintes en droit du travail

OBJECTIFS

Connaitre les règles à appliquer en droit du travail

PROGRAMME

Rappel du cadre juridique

- Le droit du travail, les lois, le code du travail, la convention collective, les accords d'entreprise, le règlement intérieur.
Comment cela s'articule ?

Les différentes formes de contrat de travail (période d'essai, mentions obligatoires) : comment se comporter et agir en fonction de ces spécificités ?

- Contrat à durée déterminée
- Contrat à durée indéterminée
- Les spécificités des stagiaires

La gestion des collaborateurs

- Les absences, comment réagir selon les différentes situations ?
- La durée du travail, le temps partiel, les heures supplémentaires, le droit à déconnexion
- Le harcèlement (moral et sexuel)
- La discrimination (dont l'égalité hommes / femmes)

Le pouvoir disciplinaire

- Son exercice
- Les fautes
- La rupture du contrat de travail

CODE MAN04

Public

Dirigeants, DRH, RRH,
Responsable de services, manager.

Pré-requis

Encadrer une équipe.

Démarche pédagogique

Formation associant les aspects théoriques et implication pratiques (échanges, exemples concrets).
Remise d'un dossier technique spécialement conçu.

Durée

7 heures (1 jour)

Tarif inter par personne

Adhérent : 550,00 € HT.
Non adhérent : 1 100,00 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

La Formatrice : Sophie TRINCÉA

Avocat au Barreau de Lyon
Associée de TRINCEA AVOCATS - Droit Social

Domaines d'intervention : conseil en droit du travail et de la sécurité sociale, gestion des contentieux sociaux.



DO YOU SPEAK « EVENT » ? ou comment communiquer en anglais sur votre événement

OBJECTIFS

Pouvoir communiquer efficacement en anglais avec des organisateurs, des prestataires et/ou des clients. Comprendre et utiliser à bon escient le jargon événementiel anglais. Maîtriser le vocabulaire marketing, commercial et logistique dans un environnement événementiel en évitant les contre-sens et malentendus

PROGRAMME

Le programme s'articule autour de courtes « leçons » de vocabulaires, suivies de jeux de rôles multiples :

Vocabulaire événementiel, généralités

- Jeu de rôles : un potentiel exposant souhaite des informations sur un salon à l'étranger. Il s'entretient avec une personne de l'organisation

Vocabulaire commercial

- Jeu de rôles : un commercial développe son argumentaire auprès d'un potentiel client

Vocabulaire marketing et communication :

- Jeu de rôles : un responsable marketing explique à un exposant le plan de communication de son événement

Vocabulaire logistique

- Jeu de rôles : sur site, un exposant réclame des modifications sur son stand

Récapitulatif

- Jeu de rôles : un organisateur fait le bilan de son événement devant un journaliste étranger

CODE EOR01

Public

Dirigeants, responsables de projet, responsables marketing et/ou communication, toute personne dans l'entreprise en charge du marketing et de la communication, amenée à échanger en anglais sur un événement qu'elle organise ou auquel elle participe.

Pré-requis

Encadrer une équipe.

Démarche pédagogique

Un test et questionnaire en amont sera effectué pour évaluer le niveau d'anglais des participants et constituer des groupes de niveaux le cas échéant.

La démarche pédagogique est l'alternance de théorie et de mises en situation sous forme de jeux de rôles pour une pratique immédiate du vocabulaire appris.

Durée

7 heures (1 jour)

Tarif inter par personne

La Formatrice : Isabelle FABRE

Isabelle Fabre est Responsable du développement international chez Ossature Production, fabricant bois haut de gamme de stands, showrooms et agencement de magasins dans tous les univers et surtout dans l'événementiel.

Ce contexte professionnel de l'événement dans lequel elle évolue permet ainsi de proposer une formation en anglais centrée sur le monde de l'exposition et toutes les situations que celui-ci engendre. Il s'agit de confronter les apprenants à des contextes dans lesquels ils évoluent au quotidien : montage et démontage de stands, contact avec un client au moment de la réception du stand, avec un organisateur, contacts téléphoniques etc Au-delà du lexique de l'anglais courant et du riche lexique du monde de l'expo, on se plonge ainsi dans l'univers de l'événementiel et exploite également les compétences incontournables pour s'exprimer en anglais « événementiel ».





UNIMEV_FR



UNIMEV



UNIMEV

Union Française des Métiers de l'Événement
11 rue Friant - 75014 PARIS
01 53 90 20 00 - www.unimev.fr