

# LAMARCK *Institute*™

## Formations & accompagnement

Catalogue 2021



Certified



Corporation

PARIS - LILLE - NANTES

# SOMMAIRE

## INTRODUCTION

- Le mot du fondateur p5
- Nos statistiques p7
- B-CORP p8
- Ceux qui vous accompagnent p9

## FORMATIONS SOFT-SKILLS

- Process Communication Model® p18
- Certification en communication interpersonnelle p19
- Art Oratoire p20
- Communiquer avec la PNL p21
- Triangle dramatique – Karpman Process Model p22
- MBTI et Management d'équipe p23
- Développer l'efficacité de son leadership p24

## FORMATIONS MANAGEMENT DE PROJET ET OUTILS

- Introduction à la gestion de projet p26
- Certification PRINCE2® Foundation p27
- Certification PRINCE 2® Practitioner p28
- Certification SCRUM Foundation p29
- Certification SCRUM Product Owner p30
- Certification Agile Business Professionnal p31
- Certification DevOps Foundation p32
- ITIL 4 Foundation p33
- Certification Blockchain Foundation p34
- Le métier de PMO – P30 p35
- Animer à distance p36
- VBA Découverte p37
- VBA Avancé p38

### 3- FINTECHS ET MÉTIERS DE LA BANQUE ASSURANCE

- Fintechs p40
- Fintechs : aspects politiques, réglementaires économiques p41
- Fintechs et Banques p42
- Insurtechs et Assurances p43
- Fintechs et Asset Management p44
- Risques climatiques p45
- Initiation à l'ALM et Liquidity Risk p46

### FORMATIONS SUR MESURE

### SÉMINAIRES - COACHINGS - ATELIERS

- Coaching individuel p50
- MBTI et Coaching collectif p51
- Personal Branding p52
- Renforcer son esprit de synthèse à l'écrit et à l'oral p53
- Management d'équipe p54
- Manager Coach p55
- Co-développement p56
- Conférence spectacle p57
- Conférence interactive : Découvrez la Métadéduction© p58
- Construire sa vision d'équipe p59
- Training Game p60
- Séminaire de Direction - LEGO™ Serious Play™ p61
- Séminaire d'engagement p62
- Séminaire Start-up mode p63
- Google Design Sprint p64
- Sprint StoryMap p65
- Séminaire Raison d'Être p66

## CONDITIONS DE FORMATION

- Vos objectifs professionnels p68
- Nos approches pédagogiques p70
- L'évaluation au cœur de nos formations p71
- Demandes d'inscription p72
- Formation en situation de handicap p74
- Conditions générales de vente p76
- Règlement intérieur p77

# LE MOT DU FONDATEUR



Après un premier poste de Statisticien à la Coface puis 18 années dans le conseil ainsi qu'une formidable expérience parallèle dans la Coordination de Mécénat de Compétence, je décide de fonder Lamarck Institute.

Mes points d'entrée dans la formation sont les certifications anglo-saxonnes de **management de projet et de service** avec des modèles de certifications tel que : **Scrum, Prince 2, ITIL ou encore DevOPS.**

Par l'expérience, je m'aperçois que ces compétences techniques ne suffisent pas, **l'efficacité repose avant tout sur la motivation interne de chaque collaborateur de l'entreprise.** En effet, **A coté du savoir-faire,** il est fondamental de mettre en place **un savoir-être.**

Ainsi, je décide de me former pour comprendre ce qui constitue notre communication et nos motivations mais surtout, pour pouvoir accompagner les femmes et les hommes dans leurs relations et interactions concrètes pour mieux appréhender les communications qui s'établissent, notamment dans le cadre professionnel grâce à des méthodes et outils tel que : **Process communication Model, MBTI, Triangle Dramatique de Karpman ou encore la Programmation Neurolinguistique.**

Avec Lamarck Institute, nous voulons vous proposer le meilleur de toute cette expérience en adressant les compétences métiers et interpersonnelles pour répondre à vos enjeux opérationnels et stratégiques et contribuer à la valorisation de vos talents.

Nos intervenants sont experts dans leur domaine et experts en pédagogie. Ils ont des profils très différents et sont complémentaires. Que ce soit en coaching ou en formation, ils sauront adapter leurs approches à vos attentes.



# Valorisons l'humain !

Nous pensons que l'innovation, c'est faire différemment avec les ressources que l'on a et nous sommes convaincus que chaque membre de l'entreprise peut lui apporter de la valeur.





## 4 NIVEAUX D'INTERVENTIONS

- Soft-Skills
- Project Management et outils
- Formations sur-mesure
- Séminaires, Coaching et Ateliers



## +10 INTERVENANTS EXPERTS ET CERTIFIÉS



## + 250 PROFESSIONNELS FORMÉS EN 2020



## CENTRE DE PRÉPARATION ET D'EXAMEN 8 CERTIFICATIONS INTERNATIONALES

3,6



Les clients recommandent nos formations

88%

Sont **très satisfaits** de la **qualité de prestation** des intervenants

96%

Affirment avoir **amélioré concrètement leurs compétences** suite à leur participation à une formation chez Lamarck Institute

78%

Est la note moyenne obtenue par les stagiaires que nous préparons aux **examens de certifications en Project Management** : SCRUM – DevOps – PRINCE 2 - ITIL



# Qu'est-ce que B Corp ?

Le label B Corp (Benefit Corporation) est né aux Etats-Unis en 2006 pour certifier les entreprises privées qui intègrent dans leur mission, leur modèle économique, leurs effectifs et leurs produits ou services, **des objectifs sociaux, sociétaux et environnementaux.**

Avec l'obsession de ne pas chercher à être la meilleure entreprise AU monde mais **la meilleure entreprise POUR le monde.** Nuance !

Aujourd'hui, B Corp est tout à la fois un label et une communauté de + 3.500 entreprises dans 80 pays et 150 secteurs différents.

B Corp compte plus d'une centaine d'entreprises labellisées en France, dont nous faisons partie !

## Certified



## Corporation<sup>TM</sup>



« **Using business as a force for good** »



# Ceux qui vous accompagnent



**Aymeric Magnan de Bellevue**

Je crois que chaque homme et chaque femme qui composent nos organisations ont un énorme potentiel à développer et que je peux les y aider. Après une première expérience de statisticien à la Coface puis 18 années dans le conseil en innovation où j'ai été formateur et responsable des mécénats de compétence, je décide de fonder Lamarck Institute. Mon parcours universitaire est jalonné d'un DESS d'économétrie à Paris II, d'un Master II de philosophie et d'un Master II d'histoire de l'art à Paris X. Dans mon métier de formateur et de coach, je me suis formé aux approches suivantes : Process Communication, Process Thérapie Model, PNL, MBTI, Triangle Dramatique de Karpman, Art Oratoire, PMI, PRINCE2, SCRUM, DevOps, ITIL, COBIT, P3O, CMMi, IACCM, Blockchain.



**Stéphane Malochet**

M'impliquer dans les situations de changement attendue par mes clients représente ma grande satisfaction de Coach et de formateur. Inspirer, accompagner et transmettre, sont les leviers que j'utilise en formation, en coaching et également à travers mes conférences spectacles. Consultant sénior en Recrutement en cabinet puis DRH d'un gros acteur de l'Internet j'ai depuis 2003 consacré mon énergie à la formation et au Coaching. Ma passion : Utiliser différents axes (Formation, Coaching, E learning, Spectacle). Pour Mettre en œuvre ces interventions je suis formé aux approches suivantes : Coach et formateur certifié Process Communication, Praticien certifié en Hypnose Ericksonienne, formé à l'Analyse Systémique École de Palo Alto et au Co-développement, formé à la MBSR et certifié « Well Scan » méthode de gestion du Stress.

# Ceux qui vous accompagnent



**Cécile Dupire**

Je crois en la diversité des talents, la richesse des expériences et en la capacité qu'a chacun d'entre nous de devenir le héros de sa propre histoire. Mon expérience de manager, de consultante, puis d'entrepreneure en Asie, m'a amenée, à accompagner entreprises et managers dans leurs transitions. Plutôt qu'une spécialité, j'ai choisi la variété, m'appliquant à mettre en lien ce qui semblait inconciliable. Khâgneuse, diplômée de l'ENSAE, et dotée d'un DESS de Droit, j'allie rigueur de l'analyse, intuition, humanisme et créativité au service des projets que j'accompagne.

Coach Professionnelle PCC, formatrice et consultante, je suis aujourd'hui certifiée dans les approches suivantes : Erikson Coaching international, MBTI, Design Thinking, STRONG et formée à l'animation d'atelier d'écriture, au co-développement et à la facilitation graphique.



**Lionel Cohen**

L'humain est le cœur des organisations, et ma vocation est d'aider les gens dans tous leurs besoins d'évolution. Informaticien de métier, j'ai construit des systèmes de gestion performants pour éliminer le plus possible de tâches rébarbatives et répétitives. A ce titre j'ai été formateur depuis toujours en informatique. Formé académiquement à l'UTC et à HEC Paris, j'ai exercé ce métier dans de nombreuses entreprises de toutes tailles et secteurs d'activité. Mais je voulais aider encore plus les gens. J'ai alors entrepris de me former à la PNL et à l'hypnose Ericksonienne, puis à la méditation pleine conscience et à la CNV. J'exerce depuis plusieurs années en tant que thérapeute, en plus de mes activités de formateur, élargies à ces nouvelles disciplines, et de consultant.

# Ceux qui vous accompagnent



**Sophie Gallois**

Former les hommes ce n'est pas remplir un vase, c'est allumer un feu comme le disait Aristophane. Le facteur humain est au cœur de la performance. Créer ou faire émerger le bien-être individuel pour mieux servir le collectif est mon moteur, j'aime observer les changements positifs et voir émerger la motivation chez chacune des personnes que je rencontre.

Après une expérience dans le commerce, la vente et le management, je me suis orientée vers l'accompagnement au changement et la formation. Je suis aujourd'hui Coach, Formatrice et Hypnothérapeute. Je suis titulaire d'une Maîtrise de Sociologie (Paris V). Mon approche repose sur : l'Hypnose Eriksonienne, la PNL, les Interventions Orientées Solutions, l'Impérative Self, l'Entretien Motivationnel et la Systémie.



**Camille Amoretti**

L'écoute active est au cœur des formations que j'aime animer. C'est à travers des échanges constructifs et humains que je m'épanouie professionnellement. L'envie de mener des ateliers et des formations est rapidement arrivée à moi. Après une dizaine d'années agence digital où j'ai eu la chance d'accompagner des grands comptes, j'ai souhaité monter une structure dédiée à l'accompagnement des marques dans la mise en place de leur stratégie de présence en ligne à travers une communication éthique et responsable. J'ai ensuite rejoint Lamarck Groupe pour développer le Digital Branding. Mon expertise va du Social Media à la gestion de projet digital, en passant par le marketing d'Influence.

## Ceux qui vous accompagnent



Olivier Pouyat

J'apporte l'Art du Plaisir au Travail pour plus d'efficacité professionnelle au sein d'une organisation. J'ai la croyance profonde, qu'un individu dans une organisation ou qu'une équipe dans une entreprise, fonctionne efficacement s'il vient avec envie et sourire travailler chaque matin. J'ai exercé 15 ans en tant que manager d'équipe et responsable RH. J'accompagne les organisations coaching, en formation et dans leur recrutement. Spécialiste de la communication opérationnelle des managers, mon approche se base sur les diplômes et certifications suivants: DESS en gestion des R.H. Formateur-coach certifié en Process Com, Process Thérapie, Coach (International Mozaïk), l'Elément Humain de Will Schutz et le coaching paradoxal.



Maximilien Nayaradou

J'aime désacraliser les connaissances savantes pour les rendre accessible. J'ai été économiste à l'Union des Annonceurs, enseignants-chercheur à l'IEP de Lille, économètre à l'Institut National du Cancer, ingénieur de recherche à l'Institut Europlace de Finance, secrétaire général de la Chaire Groupama « Les particuliers face aux risques » à l'Université Paris-Dauphine. Je suis aujourd'hui Directeur Général du pôle de compétitivité Finance-Innovation. Titulaire d'un doctorat de sciences économiques de l'Université Paris-Dauphine et d'un DEA de Philosophie de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, je suis spécialiste en économie des investissements immatériels (publicité, R&D, brevets, logiciels, innovation). Mes travaux portent aujourd'hui sur la fintech et la finance digitale.

# Ceux qui vous accompagnent



Stéphanie Dembak

Démystifier les outils et les remettre au service de l'humain et de l'échange, c'est la genèse de ma vocation de formatrice. Être pragmatique, aller à l'essentiel et favoriser l'apprentissage par la manipulation, c'est ainsi que j'ai toujours procédé où en tant que responsable de projets de transformations dans de grandes entreprises, je m'appliquais accompagner les changements provoqués par les nouveaux outils numériques. Diplômée du CELSA, de l'Institut Français de Presse (Paris II - Assas) et de Sciences Po. Paris, j'interviens aussi bien pour coacher de grands dirigeants sur leur usages des réseaux sociaux, que pour accompagner les collaborateurs de grandes entreprises dans leur acculturation au digital ou encore, pour aider à lutter contre l'illectronisme via les réseaux associatifs.



Romain Pelouze

Nous évoluons dans un environnement où les compétences, techniques comme relationnelles, sont au cœur de notre évolution et notre épanouissement professionnel. Je veux transmettre, à toute personne désireuse d'acquérir de nouvelles compétences, mon expérience et différentes méthodes qui pourront les aider au quotidien dans l'atteinte de leurs objectifs.

Suite à un M2 Gestion des Instruments Financiers, j'ai pu intervenir sur des problématiques variées au sein de différentes BFI. Je suis intervenu au sein de middle-offices puis comme développeur tactique "commando" entre Paris et New York avant d'évoluer, ensuite, comme chef de projet. Je suis certifié sur les méthodes PRINCE2 et SCRUM.

# Ceux qui vous accompagnent



Laurent Derelle

Le savoir est l'une des rares richesses que l'on peut partager sans en être appauvri, il prend toute son ampleur lorsqu'il touche le plus grand nombre. Fort de ces convictions, je m'applique à faire en sorte que mon expérience puisse être profitable à d'autres.

Tout d'abord Consultant Développeur d'applications de proximité pour les banques, j'ai mis un premier pied dans l'univers du Pilotage des Risques de Crédit où j'ai œuvré pendant 13 ans. J'ai eu l'opportunité de m'impliquer dans la qualification des défauts, le calcul des provisions, le déploiement d'évolutions réglementaires, la modélisation des indicateurs bâlois, les calculs des ratios réglementaires ou la publication du COREP. Je suis certifié sur les méthodes PRINCE2 et SCRUM.



Thomas Boidot-Dorémieux

La curiosité est un vilain défaut est une de mes principales qualités. Cela m'a valu de commencer par l'informatique, en continuant par l'ellipsométrie spectroscopique, la biométrie, la finance, le big data, l'intelligence artificielle et la blockchain. Chaque fois, j'ai été plus que ravi de pouvoir partager et creuser ces découvertes lors de mes séances de formation à mes clients, collègues et étudiants.

Nous avons tous tellement de raison de nous intéresser aux choses qui nous entourent qu'il est important pour un formateur de captiver, de jouer et d'interagir avec son public comme j'ai aussi l'occasion de le faire au théâtre, autre méfait de ma curiosité. Mon but est que les participants soient satisfaits du temps investi et aient envie d'en savoir encore davantage.

# Ceux qui vous accompagnent



**Olivier Delaporte**

J'ai la conviction que l'échange et le partage d'expérience permettent de grandir. J'ai eu la chance d'évoluer entre les métiers et l'IT et de vivre la fertilité de ces regards croisés. Former des équipes à la gestion de projet et au développement m'ont permis de les faire gagner en efficacité et de leur permettre de questionner certains de leurs acquis pour progresser.

Après une expérience de développement, j'ai pris en charge différentes équipes et différents projets au sein de Société Générale à NY. Certifié PMP, Scrum et DevOps, j'ai aujourd'hui la chance de pouvoir évoluer au sein de Lamarck Institute, et d'échanger avec vous sur des sujets qui me tiennent à cœur !



**Hugues Leininger**

Mon souhait est de révéler vos talents et libérer vos potentiels comme ceux des femmes et des hommes qui vous accompagnent, de développer l'efficacité de votre leadership, individuel et collectif, dans votre environnement professionnel. C'est ambitieux et pour paraphraser W. Churchill : Visons ensemble la Lune pour atteindre les Etoiles.

Après 15 années au sein d'Arthur Andersen Audit et Conseil (expert-comptable et directeur associé), voilà plus de 20 ans que j'accompagne mes clients, non seulement dans l'optimisation de leurs process, de leur efficacité et de leurs savoir êtres en environnement professionnel. Je suis certifié en Leadership Effectiveness Analysis, en Individual Directory Inventory, coach et facilitateur LEGO™ Serious Play™.



*L'art le plus difficile n'est pas de choisir les hommes  
mais de donner aux hommes qu'on a choisis toute  
la valeur qu'ils peuvent avoir .*



*Napoleon Bonaparte*



## NOS FORMATIONS

**Contactez-nous**

- Vous êtes en situation de mobilité réduite ?  
Notre Référent Handicap vous accompagne dans vos démarches :

[contact@lamarck-institute.com](mailto:contact@lamarck-institute.com)

- Aymeric MAGNAN DE BELLEVUE  
06 60 40 20 85  
[amagnan2b@lamarck-institute.com](mailto:amagnan2b@lamarck-institute.com)





# SOFT-SKILLS

COMMUNICATION - CRÉATIVITÉ - LEADERSHIP

Nous vous accompagnons dans le développement des compétences interpersonnelles de vos collaborateurs en s'appuyant sur des modèles et outils pragmatiques utilisés dans le monde entier et dont l'apport en performance professionnelle au sein des entreprises n'est plus à démontrer.





# PROCESS COMMUNICATION MODEL®

## Objectifs de la formation

Maîtriser les concepts du modèle Process Communication afin d'être capable de les transmettre.  
Identifier les 6 types de personnalités et leurs caractéristiques associées.  
Analyser et débriefer aux stagiaires leur inventaire de personnalité Process Communication.  
Appliquer et enseigner les 5 canaux de communication à utiliser en fonction du type de personnalité.  
Répondre aux 8 besoins psychologiques du modèle Process Communication  
Identifier les 3 degrés de « Mécommunication » pour chaque type de personnalité et savoir intervenir efficacement à chacun de ces degrés.

## Programme

### 1. Introduction et découverte du modèle

- *Les fondamentaux du modèle*
- *Les principes de personnalité*
- *dans la Process Communication®*

### 2. Les types de personnalités

- *Les 6 types de personnalités*
- *Les comportements liés*

### 3. Identification de son profil

- *L'inventaire de personnalité*

### 4. Le concept de perception

- *S'entraîner à traduire son message dans la perception de l'autre*
- *Changer de registre de communication pendant une réunion de travail*

### 5. Les canaux de communication

- *Les canaux de communication*
- *Les outils pour comprendre la personnalité de son interlocuteur*
- *Exercice du feed-back*

### 6. Management et motivation

- *Les styles de management*
- *Se motiver et motiver les autres avec les besoins psychologiques*

### 7. La gestion des comportements inefficaces

- *Les signaux d'alerte*
- *Les 6 mécanismes d'échec de la communication*
- *La régulation des comportements*
- *La mise en place d'actions concrètes*

- **PRÉREQUIS:** Aucun
- **PARTICIPANTS :** Tout public
- **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :**  
Jeux de rôles, simulation , aspects théoriques
- **ÉVALUATION DES ACQUIS :**  
Entraînement aux interactions, test de personnalité

- **DURÉE :** 2 jours (14 heures )
- **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF:** sur devis

# CERTIFICATION EN COMMUNICATION INTERPERSONNELLE



## Objectifs de la formation

Maîtriser les concepts du modèle Process Communication afin d'être capable de les transmettre.  
Identifier les 6 types de personnalités et leurs caractéristiques associées.  
Analyser et débriefeur aux stagiaire leur inventaire de personnalité Process Communication.  
Appliquer et enseigner les 5 canaux de communication à utiliser en fonction du type de personnalité.  
Répondre aux 8 besoins psychologiques du modèle Process Communication  
Identifier les 3 degrés de « Mécommunication » pour chaque type de personnalité et savoir intervenir efficacement à chacun de ces degrés.

## Programme

### 1. Comprendre les concepts de base PCM

- Distinguer la manière de dire de ce qui est dit.
- Les six types de personnalité
- Inventaire de Personnalité.

### 2. Développer une communication positive

- Savoir utiliser la règle de la communication.
- Les différents modes de perception
- Repérer les comportements révélateurs du type de personnalité
- Utiliser le bon canal de communication.

### 3. Gérer les situations de "communication"

- Les besoins psychologiques
- Identifier les manifestations positives ou négatives de son interlocuteur.
- Le stress et ses différentes manifestations.
- Les trois degrés de stress
- Stratégies d'intervention pour favoriser une communication positive

### 4. Entraînement pédagogique

- Utilisation du simulateur – outil interactif d'entraînement et de certification

- **PRÉREQUIS:** Aucun
- **PARTICIPANTS :** Tout public
- **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :**  
Jeux de rôles, simulation , aspects théoriques
- **ÉVALUATION DES ACQUIS :**  
Entraînement aux interactions, test de personnalité

- **DURÉE :** 28H OU 35H dont 7 h en E-LEARNING dans le cadre d'une certification / CPF
- **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** Sur devis

# ART ORATOIRE

## Objectifs de la formation

Appréhender les différentes clés de compréhension de soi  
Identifier les clés permettant de renforcer son impact sur les autres  
Utiliser les techniques d'écoute et d'observation pour identifier les besoins et attentes des autres exprimés ou non  
Adapter sa communication à une diversité de public  
Mettre en œuvre les techniques de l'art oratoire pour susciter l'intérêt de l'auditoire.  
Développer une dynamique dans la prestation orale

## Programme

### 1. Représentation de soi comme orateur

- *Quelle est la vision que j'ai de moi comme orateur?*
- *Quelles sont les points forts et les points faibles?*
- *Première prise de parole et débriefing*

### 2. Les trois principes fondamentaux

- *L'orateur devant l'ensemble des interlocuteurs*
- *L'orateur comme personnage social*
- *L'orateur en relation avec son public*

### 3. Les 5 portes d'entrée

- *Le physique, travail sur la posture et la verticalité*
- *La respiration, travail sur les différents types de respiration*
- *Le regard*
- *L'utilisation du silence, travail sur la structuration du discours par le silence*
- *La voix, travail sur la couleur de voix pour amplifier l'impact du discours*

### 4. Training sur les 5 portes d'entrée

- Les canaux de communication

- **PRÉREQUIS:** Aucun
- **PARTICIPANTS :** Tout public
- **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :**  
Prise de parole, débriefing, aspects théoriques
- **ÉVALUATION DES ACQUIS :**  
Préparation individuelle et de groupe aux situations de prise de parole, entraînement par simulation

- **DURÉE :** 2 jours (14 heures )
- **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis

# COMMUNIQUER ET CHANGER AVEC LA PNL

## Objectifs de la formation

Découvrir et mettre en application les conditions pour une communication efficace.  
Fixer des objectifs concrets et motivants  
Développer son potentiel.  
Intégrer les principes du changement.  
Renforcer sa détermination

## Programme

### 1. La PNL

- *Présentation et philosophie*
- *Un modèle pas une théorie*
- *Le comment et le pourquoi*
- *Les trois pôles du fonctionnement humain*
- *Les trois mécanismes pour établir la carte du monde*

### 2. L'Observation

- *Observer et calibrer*
- *Congruence et incongruence*

### 3. Le langage et la communication

- Postulats de la communication
- Etablir le rapport
- Synchroniser et conduire
- Ecouter et reformuler
- Critères d'un Feed Back efficace

### 4. L'objectif

- *Déterminer un objectif*
- *Critères d'un objectif bien formulé*
- *Le Méta-modèle*

### 5. Etats internes en ancrages

- *Définition de l'ancrage*
- *Auto-ancrage de ressources*
- *Submodalités*
- *Les niveaux logiques*
- *Communiquer efficacement*
- *Méthodologie de changement*
- *Ancrer les ressources au contexte*
- *Dissociation simple*
- *Générateur de comportements nouveaux*
- *Métaphore et communication*

- **PRÉREQUIS:** Aucun
- **PARTICIPANTS :** Tout public
- **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :**  
Expérimentation , apports théoriques Feed-Back
- **ÉVALUATION DES ACQUIS :**  
Expérimentation , ateliers de groupe ,

- **DURÉE :** 5 jours (35 heures )
- **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis



# TRIANGLE DRAMATIQUE – KARPMAN PROCESS MODEL

## Objectifs de la formation

Découvrir et mettre en application les conditions pour une communication efficace  
Analyser les situation de conflit avec la grille de lecture de Karpman Process Model.  
Développer son potentiel.  
Intégrer les principes du changement.  
Renforcer sa détermination

## Programme

1. Histoire du Triangle Dramatique
2. Le Triangle de la Compassion
3. Les Triangles internes
4. Le Switch
5. Les niveaux de Jeux Psychologiques
- 6 Les Triangles scénariques et le renforcement de la décision précoce
7. « SALMEC », les 6 sabotages d'une conversation
8. Les boucliers « CASE » ou 4 attitudes pour décourager l'intimité
9. Les boucles perdantes E.R.A.
10. Comment utiliser les Etats du Moi ?
11. Les « trucogrammes » du Dr Karpman
12. Les 5 contrats de confiance d'une relation saine
13. Une méthode pour décoller les timbres :  
« Bring it, Talk it up, Wrap it up »

- **PRÉREQUIS:** Aucun
- **PARTICIPANTS :** Tout public
- **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :**  
Expérimentation , apports théoriques Feed-Back
- **ÉVALUATION DES ACQUIS :**  
exercices de mise en pratique

- **DURÉE :** 2 jours (14 heures )
- **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis

# MBTI ET MANAGEMENT D'EQUIPE

## Objectifs de la formation

Comprendre le modèle MBTI  
Comprendre son profil et celui des autres  
Développer une communication adaptée à ses interlocuteurs en tenant compte de leurs profils MBTI  
Identifier les atouts et complémentarités dans un groupe et en faire un levier managérial  
Utiliser l'outil MBTI comme un outil de développement personnel et collectif

## Programme

### 1. Introduction et découverte de la méthode

- *Les fondamentaux du modèle MBTI*
- *Les principes de personnalité*
- *Passation du questionnaire*
- *Explication de la notion de préférence*

### 2. Auto-positionnement et partage en collectif

- *Compréhension des quatre fonctions*
- *Expérimentation*
- *Partage sur les impacts*

### 3. Compréhension de son profil

- *Découverte des caractéristiques des différents profils*
- *Échanges et présentation croisée des types*
- *Accompagnement individuel*

### 4. Dynamique du type

- *Comprendre la dynamique Type MBTI*
- *Stress et gestion de stress*

### 5. Manager et communiquer en fonction du MBTI

- *MBTI et leadership*
- *Profil de l'équipe: identifier les préférences de communication de son équipe, les leviers et les risques*
- *Partage : comment ajuster sa communication pour une efficacité optimale*

### 6. Application pratique

- *Identification d'une problématique concrète par chaque participant*
- *Analyse de la situation*
- *Plan d'actions*

- **PRÉREQUIS:** Aucun
- **PARTICIPANTS :** Tout public
- **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :**  
Apports théoriques, simulations,
- **ÉVALUATION DES ACQUIS :**  
Etude de cas

- **DURÉE :** 2 jours (14 )
- **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis

# DEVELOPPER L'EFFICACITE DE SON LEADERSHIP

## Objectifs de la formation

Identifier et mieux comprendre les comportements qui influencent le leadership  
Connaitre et comparer son propre modèle de leadership et ses axes d'amélioration en la matière  
Développer son « intelligence collective » par un processus structurant la parole, l'écoute et la réflexion  
Développer ses aptitudes d'ÉCOUTE active et de questionnement  
Consolider son identité professionnelle

## Programme

### 1. Représentations du leader et de ses caractéristiques

- Manager ou leader ?
- Mise en évidence des caractéristiques en termes de comportement

### 2. Compréhension du modèle LEA

- Identification des comportements en œuvre en matière de leadership

### 3. Identifier son profil MBTI

- Comprendre et identifier les forces et faiblesses associées en termes de leadership

### 4. une expérience de leadership

- Améliorer l'efficacité de son leadership en situation professionnelle au cotés de ses pairs

### Option 1

- Approfondir son diagnostic de leadership
- Cette option peut être réalisée en 360° en intégrant les avis des collègues de travail

### Option 2

- Approfondir son diagnostic MBTI (réponse au questionnaire MBTI et présentation du rapport)

### Option 3

- Elaborer son plan de développement personnel

- **PRÉREQUIS:** Aucun
- **PARTICIPANTS :** Tout public
- **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :**  
Apports théoriques, simulations, expérimentation
- **ÉVALUATION DES ACQUIS :**  
actions en codéveloppement

- **DURÉE :** 2 à 5 jours (14 à 35 heures ) selon option choisie
- **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis



# PROJECT MANAGEMENT ET OUTILS



INITIATION, MÉTHODES ET CERTIFICATIONS

Que vous veniez valider une compétence, découvrir une approche ou que vous visiez un poste de manager ces formations vous permettront de prendre du recul sur vos pratiques en vous inspirant des référentiels mondiaux.



# INTRODUCTION À LA GESTION DE PROJET

## Objectifs de la formation

Reconnaître les principaux processus de management d'un projet  
Élaborer un plan de management de projet  
Assister ou réaliser les tâches de suivi et contrôle.  
Mettre en œuvre et clôturer un plan de management de projet

## Programme

### 1 Introduction

- Définition d'un projet.
- Les composantes d'un projet.
- Les cycles de vie, les critères de succès.
- Le projet dans son environnement
- Structures organisationnelles.

### 2. Gestion du contenu et de l'intégration

- Charte de projet.
- Formalisation du besoin, définition du contenu.
- Découpage de projet, maîtrise des modifications.

### 3. Gestion des coûts et des délais

- Techniques d'estimation.
- Ordonnancement des tâches.
- Elaboration et optimisation de l'échéancier du projet. Réserves et provisions.
- Référentiel.
- Introduction à EVM.

### 4. Gestion de la qualité

- Coût de la qualité.
- Assurance qualité VS Contrôle qualité.
- Les 7 outils de la qualité.
- Audit qualité.

### 5. Gestion de l'équipe de projet

- Rôle du gestionnaire de projet.
- Motivation et influence.
- Résolution de problèmes et prise de décision.
- Matrice des responsabilités.
- Bâtir une équipe efficace.
- Gestion de conflits.

### 6. Gestion des parties prenantes et mécanismes de communication

- Typologies de parties prenantes.
- Plan de communication.
- Modes de communication.
- Conduite de réunion.
- Habileté de la communication

### 7. Gestion des risques et des approvisionnements

- Incertitudes et contraintes.
- Identification, analyse et pilotage.
- La tolérance au risque.
- Le processus d'approvisionnement et son environnement.
- Sélection d'un fournisseur.
- Les types de contrat

- **PRÉREQUIS:** Aucun
- **PARTICIPANTS :** Avec peu ou pas d'expérience en gestion de projet
- **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :**  
Apports théoriques, simulations, tour de table
- **ÉVALUATION DES ACQUIS :**  
Etude de cas

- **DURÉE :** 2 jours (14 )
- **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis

# CERTIFICATION PRINCE 2® FOUNDATION



## Objectifs de la formation

Assimiler les concepts de PRINCE2®.  
Acquérir les connaissances des principes, thèmes et processus de PRINCE2®, ainsi que leur interdépendance.  
Préparer les participants à travailler comme membre actif d'une équipe projet utilisant la méthode.  
Préparer à l'examen de certification PRINCE2® Fondation.

## Programme

### 1. Introduction à la gestion de projet PRINCE2®

- Historique
- PRINCE2® et la gestion de projet

### 2. Les 7 principes PRINCE2®

- Justification continue pour l'entreprise.
- Leçons tirées de l'expérience.
- Rôles et responsabilités définis.
- Management par séquences.
- Management par exception.
- Focalisation produit.
- Adaptation à l'environnement de projet

### 3. Les 7 Thèmes

- Cas d'affaire
- Organisation
- Plans
- Progression
- Risques
- Qualité
- Maîtrise des changements.

### 4. Les 7 processus

- Diriger un projet.
- Élaborer un projet.
- Initialiser un projet.
- Contrôler une séquence.
- Gérer la livraison des produits.
- Gérer les limites de séquences.
- Clôturer un projet.
- Etablir la liste des données d'entrée et de sortie de chacun de ces processus.
- Identifier le but des principaux "produits management", ainsi que leur contenu clé.

### 5. Les techniques

- Planification basée sur le produit.
- Revue qualité.

### 6. Examen-test PRINCE2® Foundation

- Révision.  
Test blanc et correction.

### 7. Examen PRINCE2® Foundation

- Examen - QCM pendant 1 heure.

- **PRÉREQUIS:** Aucun
- **PARTICIPANTS:** régulièrement impliqués dans un projet ou sa conception
- **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :**  
Apports théoriques, simulations, tour de table
- **ÉVALUATION DES ACQUIS :**  
Révision, examen plan corrigé,  
examen QCM de certification

- **DURÉE :** 3 jours (21h )
- **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis

# CERTIFICATION PRINCE 2 ®

## PRACTITIONER



### Objectifs de la formation

Connaitre tous les processus, thèmes et techniques, ainsi que des exemples de tous les produits de management PRINCE2®.  
Démontrer qu'il comprend les relations entre processus, thèmes, techniques et produits de management PRINCE2® et mise en pratique de cette compréhension.  
Préparer à l'examen de certification PRINCE2 ® Practitioner.

### Programme

#### 1. Introduction à PRINCE2® Practitioner

- Particularités de la certification de niveau Practitioner.
- Trucs et astuces de passage de l'examen.

#### 2. Les 7 principes PRINCE2®

- Rappel et application des 7 principes et l'adaptation de PRINCE2®

#### 3. Les 7 Thèmes

- Rappel des 7 thèmes
- Mise en application

#### 4. Maîtriser les 7 processus

- Diriger un projet.
- Elaborer un projet.
- Initialiser un projet.
- Contrôler une séquence.

- Gérer la livraison des produits.
- Gérer les limites de séquences.
- Clôturer un projet.

#### 5. Mise en pratique de la méthodologie

- Entraînement à l'examen avec deux études de cas sur scénario.
- Relations et imbrications Thèmes - Processus - Techniques - Produits managements.
- Méthode et environnement de projet dans le respect des principes.

#### 6. Examen-test PRINCE2® Practitioner

- Révision.
- Test blanc et correction.

#### 7. Passage de l'examen PRINCE2® Practitioner

- QCM pendant 2h30

- **PRÉREQUIS:** PRINCE2 Foundation / PMP® du PMI®
- **PARTICIPANTS:** Chef de projet, PMO, Directeur de Projet, de Programme, Membre de Comité de Pilotage
- **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :** Apports théoriques, simulations, tour de table
- **ÉVALUATION DES ACQUIS :** Révision, examen plan corrigé, examen QCM

- **DURÉE :** 2 jours (14h )
- **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis



# CERTIFICATION SCRUM FOUNDATION

## Objectifs de la formation

Comprendre les principes et valeurs de l'agilité.  
Comprendre les différents rôles et les différents concepts.  
Connaître les rituels et les artefacts de la méthode SCRUM  
Vous préparer et passer l'examen de certification EXIN Agile Scrum Foundation

## Programme

### 1. Introduction à Agile et à Scrum

- Importance et valeur ajoutée des méthodologies Agiles
- Principes et manifeste Agile
- Certifications Agile et Scrum

### 2. Pratiques de Scrum

- Les rôles
- Les événements et le Time-boxing
- Pratiques et méthodes Scrum
- Plus value de la gestion de configuration
- Différence entre les tests Agile et les tests des projets classiques

### 3. Planification Scrum

- Concept de plans et flexibles
- Estimation fiable (principes, types, unités de mesure, techniques d'estimation)

### 4. Suivi de projets

- Métriques utilisées dans Scrum
- Graphiques couramment utilisés dans Scrum
- Radiateurs d'information

### 5. Concepts avancés de Scrum

- Application de Scrum à de grands projets
- Application de Scrum aux équipes distribuées
- Adapter les projets au forfait Scrum
- Migrer les équipes et les projets vers Scrum
- Caractéristiques de Crystal, DSDM, XP and AUP:

### 6. Préparation intensive à l'examen de certification

- Examen blanc suivi de sa correction détaillée.

### 7. Passage de l'examen de certification EXIN Agile Scrum Foundation : 1h

- **PRÉREQUIS:** Aucun
- **PARTICIPANTS:** Chef de projet, PMO, MOA, Directeur de projet / programme .
- **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :**  
Apports théoriques, tour de table , étude de cas
- **ÉVALUATION DES ACQUIS :**  
Révision, examen plan corrigé, examen de certification

- **DURÉE :** 2 jours (14h )
- **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis



# CERTIFICATION SCRUM PRODUCT OWNER

## Objectifs de la formation

Comprendre les principes et valeurs de l'agilité.  
Comprendre le rôle du Product Owner  
Comprendre les étapes de l'activité d'un PO  
Agir en tant que PO dans un projet  
Vous préparer et passer l'examen de certification EXIN Agile Scrum Product Owner

## Programme

### 1. La façon de penser Agile

- *Les concepts de l'Agilité*
- *Appliquer les principes de l'Agilité à la gestion des services IT*

### 2. Rôle du Product Owner

- *Tâches et responsabilités du rôle de Product Owner*
- *Autres rôles (Scrum Master, équipe de développement)*

### 3. Gérer le Product Backlog (Carnet de Produit)

- *De la vision au Product Backlog (Carnet de Produit)*
- *Les User Stories (incluant épopées), exigences fonctionnelles et non fonctionnelles)*
- *Créer un Sprint Backlog (Carnet de Sprint)*
- *Surveiller et communiquer l'avancement*
- *Garder le contrôle et gérer les livraisons*

### 4. Projets complexes

- *Adapter les projets Agile*
- *Applicabilité de l'Agile à différents types de projets*
- *Gérer un Product Backlog ou un Service Backlog complexe*

### 5. Ajouter de la valeur

- *Ajouter de la valeur métier au projet*
- *5.2 Représenter la voix du client*

### 6. Préparation intensive à l'examen de certification

- *Examen blanc suivi de sa correction détaillée.*

### 7. Passage de l'examen de certification EXIN Agile Scrum Product Owner

- **PRÉREQUIS:** Scrum Foundation ou expérience significative en Agile
- **PARTICIPANTS:** Chef de projet, PMO, MOA, Directeur de projet / programme, Resp. Produit
- **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :**  
Apports théoriques, tour de table, étude de cas
- **ÉVALUATION DES ACQUIS :**  
Révision, examen plan corrigé, examen de certification

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis



# CERTIFICATION AGILE BUSINESS PROFESSIONAL

## Objectifs de la formation

Comprendre les principes et valeurs de l'agilité.  
Comprendre l'état d'esprit Agile dans le business  
Appréhender la démarche de transition vers l'agilité  
Vous préparer et passer l'examen de certification EXIN Agile Business Professionnel

## Programme

### 1. Agile Mindset

- *Recognizing Agile*
- *Agile Mindset*
- *Agile outside of IT*

### 2. Facilitating Agile culture

- *Basing the Approach on Organizational Values*
- *Visualization and Communication*
- *Measurement*
- *Continuous Improvement*

### 3. Optimizing Business Value

- *Business Value*
- *Removing Impediments*
- *Reducing Time to Market and Enhancing Quality*

### 4. Expanding Sustaining Agile in an Organization

- *Starting an Agile Transition*
- *Designing an Initial*
- *Way of Working*
- *Expanding Agile Throughout the Organization*
- *Sustaining the Agile Culture*
- *Sustaining Successful Transition*

- **PRÉREQUIS:** niveau d'anglais professionnel
- **PARTICIPANTS:** Chef de projet, PMO, MOA, Directeur fonctionnels, Resp. Métier
- **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :**  
Apports théoriques, tour de table, étude de cas
- **ÉVALUATION DES ACQUIS :**  
Révision, examen plan corrigé, examen de certification

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis



# CERTIFICATION DEVOPS FOUNDATION

## Objectifs de la formation

Comprendre les principes et valeurs de Dev OPS et les relations avec les méthodes agiles, le Lean et l'ITSM  
Améliorer les flux de travail, la communication et les boucles de feedback entre les équipes  
Connaître les facteurs critiques de succès  
Préparer et passer l'examen "Dev OPS Foundation" du Devops Institute

## Programme

### 1. Génèse de Devops

- Contexte
- Réalité des entreprises Le mouvement DevOps

### 2. Présentation générale

- Ce qu'est DevOps
- Ce que n'est pas DevOps
- DevOps et la performance IT
- Les indicateurs de mesure de la performance IT DevOps et l'automatisation
- DevOps et les liens avec les autres référentiels

### 3. Planification Scrum

- Concept de plans et flexibles
- Estimation fiable (principes, types, unités de mesure, techniques d'estimation)

### 4. Les principes et les valeurs DevOps

- Les principes.
- Les trois voies : flux de travail, feedback, expérimentation et apprentissage continus.
- Les valeurs.
- CALMS : Culture, Automatisation, Lean, Mesure, Partage.

### 5. Les pratiques DevOps

- Intégration et livraison continues.
- Déploiement continu.
- VSM (Carte de flux de valeur), Kanban. Théorie des contraintes.
- Retours d'expérience : tableaux de bord, post-mortem...
- La roue de Deming (PDCA), "Improvement Kata". Préparation à l'échec.
- Amélioration des processus ITSM.

### 6. DevOps et outils

- Les pratiques d'automatisation
- Préoccupations et catégories

### 7. Passage de l'examen de certification EXIN Agile Scrum Foundation

- Examen blanc corrigé
- Examen Final

- **PRÉREQUIS:** Expérience en informatique, Anglais
- **PARTICIPANTS:** Développeur, ingénieur système, PO,/SO, gestionnaire processus
- **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :**  
Apports théoriques, simulations, tour de table
- **ÉVALUATION DES ACQUIS :**  
Révision, examen plan corrigé, examen de certification EXIN

- **DURÉE :** 2 jours (14h )
- **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis



# CERTIFICATION ITIL 4 FOUNDATION



## Objectifs de la formation

Comprendre l'approche de la cocréation de valeur avec les clients et les autres parties prenantes  
 Identifier les principes directeurs  
 Acquérir les quatre dimensions de la gestion des services informatiques  
 Préparer et passer l'examen de certification ITIL4 Foundation

## Programme

### 1. Présentation d'ITIL®

- Introduction aux problématiques des SI
- ITIL® : origines et acteurs
- Bibliothèque de références des bonnes pratiques.

### 2. Les concepts-clés de la gestion des services

- Création-Co-création de valeur
- Les différentes parties-prenantes
- Produits et services
- Résultats-couts-risques
- Utilité-garantie

### 3. Les 4 dimensions de la gestion des services

- Personnes-organisation
- Information-technologies
- Partenaires-sous traitants
- Value stream-processus

### 4. Le système de valeur des services – SVS

Description générale

### 5. La chaîne de valeur des services – SVC

- Entrées / sorties et rôle dans les flux de valeur
- Les éléments de la chaîne de valeur du service

### 6. Les 7 principes directeurs d'ITIL4.

- Se concentrer sur la valeur
- Comment commencer ?
- Progresser itérativement avec les retours d'expérience
- Collaborer et promouvoir la visibilité
- Penser et travailler de manière holistique
- Rester simple et pratique
- Optimiser et automatiser

### 7. Présentation détaillée des pratiques itil4

- Amélioration continue
- Le contrôle des changements
- La gestion des incidents
- Gestion des problèmes
- Gestion des demandes de service
- Centre de service
- Gestion des niveaux de service

### 8. Introduction aux pratiques itil4

- Gestion de la sécurité de l'information, de la relation client, des fournisseurs, de la configuration du service, des actifs informatiques, des versions, du déploiement et des événements

### 9. Préparation et passage de l'examen

- Examen blanc - correction détaillée
- Examen de certification ITIL® Foundation

• **PRÉREQUIS:** Connaissances de base en gestion de service informatique

• **PARTICIPANTS:** TSM Mangers

• **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :**

Apports théoriques,, tour de table ,

• **ÉVALUATION DES ACQUIS :**

Révision, examen plan corrigé, examen de certification

• **DURÉE :** 3 jours (21h )

• **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL

• **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE

• **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription

• **TARIF :** sur devis



# CERTIFICATION BLOCKCHAIN FOUNDATION

## Objectifs de la formation

Découverte de l'environnement conceptuel et technologique de la blockchain.  
Différencier les différents types de blockchain et d'algorithmes.  
Décrire les différentes applications possibles de la blockchain.  
Identifier les enjeux économiques de la blockchain.

## Programme

### 1. Block Chain Basics

- Explain how a blockchain works
- Identify the role of a node in a network
- Differentiate between public, private and hybrid blockchains
- Explain how cryptography, private and public keys, and hashes are used in a blockchain
- Identify advantages and disadvantages of different consensus algorithms

### 2. Blockchain Challenges

- Describe possible applications for a blockchain with regard to identity.
- Describe the role a blockchain can play in the supply chain.

### 3. Applications of a Blockchain

- Differentiate between blockchain networks
- Identify the possibilities of combining a blockchain with internet of things (IoT) or artificial intelligence (AI)

### 4. Blockchain Innovations

- Explain the use of blockchain technology for the protection of intellectual property rights (IP) and provenance.

- **PRÉREQUIS:** Un niveau minimal en anglais
- **PARTICIPANTS:** Tout public
- **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :**  
Apports théoriques,, tour de table ,
- **ÉVALUATION DES ACQUIS :**  
QCM

- **DURÉE :** 2 jours (14h )
- **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis

# Le métier de PMO – P3O

## Objectifs de la formation

Connaître les rôles du Bureau des Portefeuilles, Programmes et Projets  
Connaître les éléments pour mettre en place un modèle P3O et mesurer son efficacité  
Exposer les différentes fonctions clef et services d'un P3O  
Décrire les outils et techniques utilisés au sein d'un P3O.

## Programme

### 1. Introduction à P3O

- Définition d'un projet, d'un Programme, d'un portefeuille
- P3O et les cycles de vie,
- P3O et gouvernance
- Rôles P3O

### 2. Raisons de disposer d'une structure «P3O»

- Opportunités et finalités
- Créations de valeur et bénéfices engendrés,
- Les freins les plus courants à la mise en place

### 3. Mettre en place le modèle et mesurer son efficacité

- Définition du modèle P3O
- Les différents types d'organisations possibles (permanent, temporaire, virtuel)
- Les facteurs de réussite de ces différents types d'organisation
- Les fonctions et les services offerts

### 4. Définition des rôles, des fonctions et des services d'un P3O

- Les rôles et les responsabilités typiques dans un P3O
- Aptitudes et compétences
- Gestion des rôles, génériques et fonctionnel

### 5. Implémentation et dynamisation d'un P3O

- Les différentes phases à mettre en œuvre (identification, définition, réalisation, clôture) dans le cas d'une organisation permanente
- L'implémentation dans le cas d'une organisation temporaire
- L'implémentation dans le cas d'une organisation virtuelle

- **PRÉREQUIS:** niveau minimal en anglais
- **PARTICIPANTS:** Tout public
- **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :**  
Apports théoriques,, tour de table ,
- **ÉVALUATION DES ACQUIS :**  
QCM

- **DURÉE :** 2 jours (14h )
- **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis

# Animer à distance

## Objectifs de la formation

Organiser et animer des réunions ou des formations à distance en recréant du lien entre les personnes.

Maîtriser et déployer les techniques d'animation via les outils ad hoc pour créer le rapport avec un groupe

Adapter et varier les modes d'intervention pédagogique à distance

## Programme

### 1. Animer à distance, en quoi est-ce particulier ?

- Caractéristiques
- L'importance de la vidéo

### 2. Garder tout le monde dans un même rythme !

- Des séquences courtes et variées
- Le synopsis comme colonne vertébrale

### 3. Quelle est la taille idéale ?

- Gros groupes / petits groupes
- Sous groupes et co-animateurs

### 4. Les techniques d'animation

- Démarrer et terminer
- Travaux de groupe

### 5. Les outils

- Visio
- Partage de documents et travail collaboratif

- **PRÉREQUIS:** aucun
- **PARTICIPANTS:** Tout public
- **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :**  
Apports théoriques, tour de table, expérience.
- **ÉVALUATION DES ACQUIS :**  
Questionnement de groupe

- **DURÉE :** 1/2 journée (3h30 )
- **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis

# VBA DÉCOUVERTE

## Objectifs de la formation

Découvrir l'environnement VBA sous Excel.  
Apprendre les premières notions propres à la programmation  
Prendre connaissance des best practices relative à la programmation et les process.

## Programme

### 1. Contexte

- *L'utilité de VBA dans le monde professionnel*

### 2. Environnement

- *Première vue de l'éditeur VBA*
- *Customisation d'Excel et de l'éditeur VBA*
- *Enregistreur de macro*

### 3. Best Practices

- *Option Explicit*
- *Le nommage des variables*
- *Les commentaires*
- *L'indentation*

### 4. Première procédure

- *Communication avec la machine (premier usage msgbox et inputbox)*
- *Variables simples*
- *Variables complexes (premiers objets Excel, propriétés et méthodes)*

### 5. Astuces d'exécution

### 6. Opérateurs de calcul

### 7. Structures de contrôle et algorithme

- *Conditions*
- *Select Case*
- *Boucles*

### 8. Arrays

- **PRÉREQUIS:** Connaissances en EXCEL
- **PARTICIPANTS:** Tout public
- **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :**  
Apports théoriques,, étude de cas
- **ÉVALUATION DES ACQUIS :**  
Exercices pratiques,

- **DURÉE :** 1 jours (7h )
- **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis

# VBA AVANCÉ

## Objectifs de la formation

Découvrir les objets complexes et d'objets extérieurs aux bibliothèques natives VBA.  
Connecter Excel à des applications Office extérieures.  
Construire un processus global en respectant certaines best practices.

## Programme

### 1. Premiers pas vers la gestion d'objets: les modules de classe

- Création d'objets personnalisés
- Définition des attributs et méthodes
- Utilisation

### 2. Collections

### 3. Dictionnaires

### 4. La gestion des fichiers externes

- L'utilisation des File System Objects

### 5. La gestion des bibliothèques externes

### 6. Bibliothèque Access

- Connexion à une base Access
- Première vue des recordsets et des requêtes SQL

### 7. Bibliothèque Outlook

Gestion des répertoires

Création d'emails automatiques

- **PRÉREQUIS:** Solides connaissances en programmation VBA

- **PARTICIPANTS:** Tout public

- **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :**

Apports théoriques,, étude de cas

- **ÉVALUATION DES ACQUIS :**

Exercices pratiques,

- **DURÉE :** 1 jours (7h )

- **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL

- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE

- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription

- **TARIF :** sur devis

# Fintechs et métiers de la Banque Assurance

En partenariat avec Finance et Innovation, nous proposons des formations métiers qui sont à la pointe des problématiques auxquelles sont confrontés les métiers de la finance.



# FINTECHS

## Objectifs de la formation

Montrer en quoi l'émergence des fintechs est lié au mouvement de désintermédiation bancaire et aux nouvelles réglementations limitant le pouvoir des banques.

Décrire la richesse du phénomène en montrant l'importance des aspects réglementaires, marketing et digitaux qui ont rendu possible le développement rapide des fintechs

## Programme

### 1. Appréhender l'étendue du champ

- Les Fintechs, amies ou ennemies des banques
- David contre Goliath

### 2. Crowdfunding

- Le Crowdfunding en don
- Le Crowdlending / Le Crowdequity
- Les Royalties

### 3. Insurtech

- L'assurance à la demande
- L'assurance collaborative
- Nouveaux canaux de distribution et services

### 4. Paiement

- Les nouveaux entrants
- Services au consommateur final
- Solution d'acquisition

### 5. Nouveaux Services Bancaires et Open API

- Portofolio Finance Management
- Agrégation et plateforme
- Interopérabilité et Robo-advisors

### 6. Big Data et Fintechs

- L'or noir de la donnée paiement
- Empowerment client et révolution marketing
- Les fintechs à l'assaut des commerçants

### 7. Compliance et KYC

- Du Big Data à l'IA dans la compliance bancaire
- Lutte anti-blanchiment
- Automatisation et Mutualisation des KYC

### 8. Blockchain

- Blockchain et Cryptomonnaie
- Blockchain et métiers des titres
- Blockchain et Insurtech

### 9. Gestion financière et pilotage du cash

- Agrégation Business
- Suivi de la trésorerie
- Financement de la trésorerie

### 10. Conclusion

- Les relations Banques/Fintechs
- Les Fintechs sont-elles solubles dans les banques ?

- **PRÉREQUIS:** Aucun
- **PARTICIPANTS:** Tout public
- **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :**  
Apports théoriques,, étude de cas
- **ÉVALUATION DES ACQUIS :**  
Exercices pratiques,

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis



# FINTECHS

## *Aspects politiques, réglementaires et économiques*

### Objectifs de la formation

Montrer en quoi ces mutations réglementaires et l'évolution de la politique économique désagrège la chaîne de valeur des secteurs Banque-Finance-Assurance.

### Programme

#### 1. L'étendue du champ des Fintechs

- Les Fintechs, amies ou ennemies des banques
- David contre Goliath

#### 2. Fintechs et réglementation : les mutations liées aux problématiques réglementaires et à la politique économique

- Aspects réglementaires de l'actualité financière
- Bâle 3 / Solvency 2
- Shadow Banking et désintermédiation bancaire

#### 3. La politique monétaire expansionniste au service des Fintechs

- Politique monétaire et banques plus compétitives
- Fin de la rente
- Plus de facilité de financement pour les Fintechs

#### 4. Transformation numérique et mutation du paysage bancaire

- Transformation numérique et destruction d'emplois : la banque, sidérurgie de demain
- Transformation des métiers de la banque
- Fin des agences bancaires et digitalisation du conseil

#### 5. Conclusion

- Débureaucratization du financement de l'économie
- Les relations Banques/Fintechs
- Les Fintechs vont-elles remplacer les banques ?
- Les Fintechs sont-elles solubles dans les banques ?

- **PRÉREQUIS:** Aucun
- **PARTICIPANTS:** Tout public
- **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :**  
Apports théoriques, étude de cas
- **ÉVALUATION DES ACQUIS :**  
Exercices pratiques,

- **DURÉE :** 1 jours (7h )
- **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis

# FINTECHS ET BANQUES

## Objectifs de la formation

Cette formation, en partenariat avec le pôle de compétitivité Finance Innovation, a pour but de montrer la pluralité des technologies impactant la Banque aujourd'hui.

Le phénomène Fintech est appréhendé comme une désagrégation verticale de la chaîne de valeur du secteur bancaire. Les Fintechs dans le champ de la Banque ont un impact considérable sur l'empowerment du client final.

## Programme

### 1. Shadow Banking et désintermédiation bancaire

- Le Shadow Banking avant la crise de 2008
- Aspect structurant de la désintermédiation
- Le Shadow Banking rend les nouveaux Business Models des fintechs attractifs
- Innovation dans l'analyse financière, Big Data et concurrence entre les financeurs

### 2. Bâle 3 et DSP2 ou la limitation du rôle des banques

- L'effet de levier limité, les obligations en termes de fonds propres, la fin de la titrisation
- La fin du monopole de la relation client
- L'ouverture pour les Assets Managers et les assureurs
- Le champ des possibles pour les Fintechs

### 3. Paiement

- Les nouveaux entrants
- Services au consommateur final
- Solution d'acquisition
- Les entrants des Telecoms grâce aux Fintechs

### 4. Nouveaux Services Bancaires et Open API

- Portofolio Finance Management
- Agrégation et plateforme
- Interopérabilité, agrégateurs et Robo-advisors
- Pluralité des services bancaires

### 5. Big Data et Fintechs

- L'or noir de la donnée paiement
- Empowerment client et révolution marketing
- Les fintechs à l'assaut des commerçants

### 6. D'autres usages du Big Data : Compliance et KYC

- Du Big Data à l'IA dans la compliance bancaire
- Lutte anti-blanchiment
- Automatisation et Mutualisation des KYC

### 7. Conclusion : Les Fintechs vers la Bank As A Service

- La banque du futur orientée client
- L'interopérabilité des solutions innovantes au service des clients

- **PRÉREQUIS:** aucun
- **PARTICIPANTS:** Toute personne travaillant ou non dans la finance, désireuse de comprendre l'impact des Fintechs sur l'écosystème bancaire.
- **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :** Vidéos et cas pratique réel, tiré des Fintechs du pôle Finance et Innovation.
- **ÉVALUATION DES ACQUIS :** Exercices pratiques

- **DURÉE :** 1 jours (7h )
- **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis

# INSURTECH ET ASSURANCES

## Objectifs de la formation

Cette formation, en partenariat avec le pôle de compétitivité Finance Innovation, a pour but de montrer la pluralité des technologies impactant l'assurance aujourd'hui.

Les Insurtechs, dans le champ de l'Assurance, ont un impact considérable sur l'empowerment du client final. Le phénomène Insurtech est appréhendé comme une désagrégation verticale de la chaîne de valeur du secteur de l'Assurance.

## Programme

### 1. Solvency 2 ou la limitation du rôle des assurances

- La prise en compte du risque dans le calcul des fonds propres
- Une forme de démutualisation
- La limitation du rôle des assurances dans le financement de l'économie
- Un champ d'opportunité pour les Insurtechs

### 2. Nouveaux produits dans l'Assurance

- L'assurance à la demande
- L'assurance collaborative
- Les limites du crowdinsurance

### 3. Nouveaux canaux de distribution des produits assurantiels

- Robo Advisors entre B2C et B2B
- Courtage innovant : santé, TPE...
- Distribution par affiliation
- L'Uberisation de l'assurance emprunteur

### 4. Nouveaux services aux assureurs et aux courtiers

- Pricing dynamique
- Marketing et données
- Souscription et gestion
- Sinistre et expertise

### 5. Big Data, IA et Insurtech

- Gestion de contrat et RPA
- Prévention santé et automobile et objets connectés
- Lutte contre la fraude et IA

### 6. Vers une collaboration Assurance/Insurtech

- Les assureurs sont-ils solubles dans l'innovation ?
- Les assureurs entre les réassureurs et les Insurtechs

- **PRÉREQUIS:** aucun
- **PARTICIPANTS:** Toute personne travaillant ou non dans l'assurance désireuse de comprendre l'émergence et le fonctionnement des Insurtechs.
- **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :** Vidéos et cas pratique réel, tiré des Fintechs du pôle Finance et Innovation.
- **ÉVALUATION DES ACQUIS :** Exercices pratiques

- **DURÉE :** 1 jours (7h )
- **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis

# INSURTECH ET ASSET MANAGEMENT

## Objectifs de la formation

Cette formation, en partenariat avec le pôle de compétitivité Finance Innovation, a pour but de montrer la pluralité des technologies impactant l'Asset Management.

Les Fintechs, dans le champ de l'Asset Management, ont un impact considérable sur l'empowerment du client final et de l'investisseur.

Le phénomène Fintech dans l'Asset Management est appréhendé à l'intersection entre évolution technologique et mutations réglementaires.

## Programme

### 1. Introduction : Les évolutions réglementaires et leurs impacts

- Bâle 3 ou la limitation du rôle des banques.
- Le champ des possibles pour les Assets Managers et les Fintechs.
- Solvency 2 ou la limitation du rôle des assurances dans le financement de l'économie.
- Intensification du rôle des Assets Managers et des Fintechs et accompagnement du mouvement de désintermédiation bancaire.

### 2. Entrée par les technologies

- Le Big Data ouvre le champ de l'analyse extra-financière
- Intelligence Artificielle et sélection de valeurs
- Business Intelligence et sélection de valeurs
- Blockchain et transparisation des transactions

### 3. Entrée par la désintermédiation

- Co-investissement, Asset-Management et Crowdfunding
- Les Assets Managers financent le BFR
- Les Assets managers concurrents des banques

### 4. Entrée par les services

- Des Robo-Advisors en passant par les agrégateurs : singulariser la distribution de produits financiers
- Du suivi comptable des entreprises en temps réel à l'information aux investisseurs

### 5. Conclusion : Digitaliser la gestion et Uberiser l'Asset Management

- Automatisation du reporting réglementaire et robotisation des back-offices
- La revanche des investisseurs institutionnels

- **PRÉREQUIS:** aucun
- **PARTICIPANTS:** Toute personne travaillant ou non dans l'assurance désireuse de comprendre l'émergence et le fonctionnement des Insurtechs.
- **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :** Vidéos et cas pratique réel, tiré des Fintechs du pôle Finance et Innovation.
- **ÉVALUATION DES ACQUIS :** Exercices pratiques

- **DURÉE :** 1 jours (7h )
- **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis

# RISQUES CLIMATIQUES

## Objectifs de la formation

Nous pensons que les enjeux entourant ces risques sont majeurs mais qu'il faut aussi y voir d'importantes opportunités de revoir les stratégies de conseil et d'investissement dans le cadre du développement durable. Pour cela il est nécessaire de comprendre le contexte climatique, les différents types de risques climatiques en finance, les acteurs et réglementations associés, les données nécessaires à leur analyse, les modèles et scénarios, notamment les stress tests, et enfin les opportunités pour verdir la finance et les investissements.

## Programme

### 1. Le contexte

La réalité du réchauffement climatique, ses origines et la prise de conscience internationale.

### 2. Les implications

Les implications de ce réchauffement en terme de transition énergétique et sur le domaine financier.

### 3. Les risques climatiques en finance

Les différentes catégories de risques climatiques impactant la finance.

### 4. Les acteurs

Présentation des différents acteurs: entreprises, institutions financières, banques centrales, régulateurs et ONG.

### 5. Les réglementations

Accord de Paris et réglementations existantes.

### 6. Données et analyses

Les données nécessaires, la difficulté pour les collecter et pour construire trouver des modèles adéquats.

### 7. Les Stress Tests

Revue des principales campagnes de stress tests déjà réalisées ou à venir.

### 8. Différents modèles

Modèles utilisés pour mesurer les impacts financiers

### 9. Les opportunités

De nouveaux services et produits pour tirer partie de la transition énergétique.

### 10. Au-delà du climat

Une ouverture globale sur les risques sociaux et environnementaux.

- **PRÉREQUIS:** aucun
- **PARTICIPANTS:** Toute personne travaillant ou non dans l'assurance désireuse de comprendre les problématique liées aux risques climatiques
- **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :** débat, tour de table
- **ÉVALUATION DES ACQUIS :** questionnaire

- **DURÉE :** 1 jours (7h )
- **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis

# INITIATION A L'ALM ET LIQUIDITY RISK

## Objectifs de la formation

Cette formation à l'ALM et au risque de liquidité propose une visite guidée dans le domaine du bilan bancaire, ses composantes, ses risques. Le lien sera établi avec le risk management. De nombreux exemples permettront d'associer des faits à la théorie.

## Programme

### 1. Introduction

- Le business model d'une banque de détail
- Le lien entre banque de détail et banque d'investissement
- Le banking et le trading books

### 2. Les marchés monétaires et la courbe de taux

- Les dépôts
- La valorisation et la courbe de taux
- Les repos et opérations de trésorerie

### 3. le trading et le hedging

- Trading des FRA et futures
- Hedging du risque de crédit
- La valorisation et la réplication

### 4. ALM partie 1

- Principes
- Management de la liquidité
- Gap risk

### 5. ALM partie 2

- Risque de liquidité
- Risque de taux dans le banking book

### 6. Capital réglementaire et liquidité

- Structure du capital
- Détermination de l'ILAAP
- Stress de liquidité
- Introduction de la suite SREP

### 7. Stratégie de liquidité

- Comment conserver une structure de bilan qui concilie capital et liquidité

- **PRÉREQUIS:** Un minimum d'expérience en finance
- **PARTICIPANTS:** Tout professionnel qui souhaite s'initier au bilan d'une banque et ses leviers stratégiques
- **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :** Apports théoriques, tour de table
- **ÉVALUATION DES ACQUIS :** Questions orales

- **DURÉE :** 1 jours (7h )
- **FORMATION :** PRÉSENTIEL OU EN DISTANCIEL
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis

VALORISEZ LES COMPÉTENCES METIERS QUI  
RENDENT VOTRE ENTREPRISE UNIQUE !

## NOS FORMATIONS SUR-MESURE

*Contactez-nous*

• Vous êtes en situation de mobilité réduite ?  
Notre Référent Handicap vous accompagne dans vos démarches :

• Aymeric MAGNAN DE BELLEVUE  
06 60 40 20 85  
[amagnan2b@lamarck-institute.com](mailto:amagnan2b@lamarck-institute.com)

[contact@lamarck-institute.com](mailto:contact@lamarck-institute.com)

# NOTRE ENGAGEMENT !

## Identifier votre environnement de travail, vos besoins et vos objectifs

Nous commençons par identifier vos besoins en compétences ainsi que l'environnement de travail dans lequel vous et vos collaborateurs évoluez.



## Explorer les solutions

Pour trouver des solutions innovantes aux difficultés identifiées, nous explorons toutes les idées en s'appuyant sur nos communautés d'experts, intervenants et partenaires.



## Trier les idées

Ensemble, nous procédons à la sélection des solutions les plus réalistes et adaptées à vos contraintes (échéances, approche de formation adéquates, résultat attendu, finances...).



## Concevoir votre programme de formation

Nous élaborons votre plan de formation sur-mesure : programme, sélection des intervenants, supports et matériel de formation.



## Lancement

Une fois le projet validé par vos soins, nous déployons la formation !



## Amélioration continue

Tout au long du parcours de formation ainsi qu'à son aval, nous évaluons les compétences acquises par vos collaborateurs et nous apportons les améliorations nécessaires afin de nous assurer que vos objectifs sont bien atteints.



# VOTRE SOLUTION FORMATION



# NOS SÉMINAIRES, COACHING ET ATELIERS

REVELEZ VOS TALENTS POUR  
INNOVER !

Parce que l'environnement du travail et des affaires est en évolution continue , Lamarck Institute conçoit pour vous des "séminaires" qui vous permettent de définir votre vision, de renforcer votre cohésion et d'améliorer l'efficacité de vos pratiques. Nous mixons les approches comportementales et les outils de la créativité, du Design Thinking du Co-Développement et de l'intelligence collective pour répondre à vos nouvelles exigences, vous aider à porter vos projets d'avenir et à anticiper vos défis de demain



En partenariat avec



BrainsWatt

# COACHING INDIVIDUEL

## Objectifs

Le coaching est un moyen pour changer. Dans un cadre de confidentialité et de confiance, le coach va permettre au coaché de trouver les ressources qu'il a en lui pour se transformer et atteindre ses objectifs. C'est par le dialogue et par des exercices que cette prise de conscience et cette transformation vont s'opérer.

Thèmes du coaching :

Opérer un changement ou une transformation

Améliorer sa performance

Prendre confiance en soi

Etre accompagné dans une prise de poste ou dans tout autre moment important de sa vie professionnelle

## Déroulé

### Séance 0

- *Entretien tripartite en présence du Manager, le le coaché et le coach.*
- *Définition du cadre général*

### Séance 1

- *Prise de contact et entrée en relation.*
- *Formulation du contexte et définition de l'objectif*

### Séance 2

- *Découverte du profil de personnalité*
- *(MBTI ou Pprocess Com selon le cas)*
- *Compréhension des interactions aidantes ou non avec le contexte*

### Séances suivantes

- *Point d'avancement sur l'objectif*
- *Définition d'un sous-objectif de séance*
- *Dialogue ou exercices sur ce sous-objectif*

### Entretien tripartite à mi parcours

- *Entretien tripartite sur l'état des lieux*
- *et les avancées*
- *Avant dernière séance*
- *bilan entre le coach et le coaché.*

### Dernière séance

- *Cette séance est tripartite et a pour objet de faire un bilan sur la méthode, su le ressenti et sur l'objectif du coaching.*

- **PRÉREQUIS: Aucun**
- **PARTICIPANTS: Tout public**
- **STAGE:: INTRA/ INTER-ENTREPRISE**

- **DURÉE : 5 à 9 séances de 1h30**
- **PÉRIODE : À définir**
- **TARIF : sur devis**

# MBTI ET COACHING COLLECTIF

## Objectifs

Comprendre le modèle MBTI, son profil et celui des autres.

Développer une communication adaptée à ses interlocuteurs en tenant compte de leurs profils MBTI.

Identifier les atouts et complémentarités dans un groupe et en faire un levier managérial.

Utiliser l'outil TI comme un outil de développement personnel et collectif.

## Déroulé

### 1. Introduction et découverte de la méthode

- *Les fondamentaux du modèle MBTI*
- *Les principes de personnalité de Carl Jung et leur implication dans le modèle MBTI*
- *Passation du questionnaire*
- *Explication de la notion de préférence*

### 2. Auto-positionnement et partage en collectif

- *Compréhension des quatre fonctions*
- *Expérimentation*
- *Partage sur les impacts (communication, management, mode de fonctionnement de l'équipe)*

### 3. Compréhension de son profil

- *Découverte et partage des caractéristiques des différents profils*
- *Échanges et présentation croisée des types*
- *Accompagnement individuel entre type apparent, type reconnu et type validé*

### 4. Dynamique du type

- *Comprendre la dynamique du type (fonction dominante, auxiliaire, tertiaire, inférieure) et évolution*
- *Type MBTI, stress et gestion de stress*

### 5. Manager et communiquer avec MBTI

- *MBTI et leadership*
- *Profil de l'équipe: identifier les préférences de communication de son équipe, les leviers et les risques*
- *Partage : comment ajuster sa communication pour une efficacité optimale (conduite du changement, gestion de conflit, stratégie de communication, gestion de projet, constitution d'équipe)*

### 6. Application pratique

- *Identification d'une problématique concrète par chaque participant*
- *Analyse de la situation*
- *Plan d'actions*

• **PRÉREQUIS:** Aucun

• **PARTICIPANTS:**

• **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE

• **DURÉE :** 2 jours (14h)

• **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription

• **TARIF :** sur devis

# PERSONAL BRANDING

## Objectifs

*Comprendre le fonctionnement des réseaux sociaux professionnels pour développer avec pertinence sa visibilité et sa réputation.*

*Travailler votre positionnement, pour définir ce qui fait votre différence, ce qui vous rend remarquable. C'est par cette différence que vous serez reconnu, apprécié.*

*Développer une vision claire de qui vous êtes en tant qu'expert, ce que vous avez à dire, comment et où vous allez le dire. Développer un discours simple, clair et enthousiasmant pour être plus impactant.*

## Déroulé

### 1. Marque Personnelle

- *Votre positionnement : qui êtes-vous ? Quels sont vos atouts ?*
- *Comment exprimez-vous votre différence ?*
- *Quel est votre «elevator pitch» : celui qui vous représente, mais aussi qui parle à votre cible.*

### 2. Connaître votre entreprise

- *Poser les bonnes questions*
- *Repérer les outils, les assets et les personnes qui vont vous accompagner sur le chemin du personal branding*

### 3. Le faire-savoir, un savoir-faire indispensable

- *Etre visible et identifiable pour atteindre vos objectifs.*
- *Identifier son mode d'expression de prédilection, qui cibler, et sur quels sujets.*

### 4. Empreinte digitale

- *Check-list pour un bon profil LinkedIn et Twitter.*
- *Comment augmenter votre visibilité, votre engagement, comment animer votre communauté, engager, interagir, publier...*

### 5. Action réaction

- *Prise de recul pour mieux sauter, et préparer les actions à mener sur les 6 prochains mois.*

- **PRÉREQUIS:** Aucun

- **PARTICIPANTS:** 5 personnes maximum. Toute personne souhaitant développer sa présence sur les réseaux sociaux professionnels.

- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE

- **DURÉE :** 2 x 3 heures

- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription

- **TARIF :** sur devis

# RENFORCER SON ESPRIT DE SYNTHÈSE A L'ÉCRIT ET A L'ORAL

## Objectifs

Acquérir méthodes et outils pour :

- Dégager les éléments principaux d'un document, d'une situation pour aller à l'essentiel
- Structurer sa pensée et renforcer l'impact de ses messages écrits ou oraux
- Gagner et faire gagner du temps en s'appuyant sur 3 qualités : la fiabilité, la logique et l'impact.

## Déroulé

### 1. Agir avec méthode

- Définir la synthèse et ses enjeux
- Identifier sa tendance : analytique/synthétique
- Les étapes méthodologiques
- Les dispositions nécessaires

### 2. Recueillir et traiter l'information

- Cibler l'objectif
- Repérer l'essentiel :
  - le survol : la structure
  - l'écémage : les mots-clés
- Prendre des notes utiles
- Rester objectif

### 3. Structurer sa pensée

- Regrouper les informations
- Les hiérarchiser
- Construire un plan

### 4. Renforcer l'impact de ses synthèses

- Intégrer les facteurs de lisibilité à l'écrit et de conviction à l'oral
- Être synthétique dans ses e-mails
- Être synthétique lors d'un exposé, d'une présentation

### 5. Mettre en pratique

- La dernière demi-journée s'organise sous forme d'ateliers de mise en pratique sur la base de documents ou situations orales directement issus de la pratique professionnelle des participants.

- **PRÉREQUIS:** Apporter tout document ou situation
- **PARTICIPANTS:** Toute personne qui souhaite renforcer sa capacité à aller à l'essentiel dans différentes situations
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis

# MANAGEMENT D'ÉQUIPE

## Objectifs

Cette formation au management d'équipe a été conçue pour les personnes désirant améliorer leur pratique managériale en responsabilité d'une équipe opérationnelle : les managers et toute personne en responsabilité directe ou fonctionnelle d'une équipe. Ces deux journées vous permettent d'acquérir et de tester le panel d'outils de management les plus souvent nécessaires en action dans sa posture de manager. Deux grandes typologies d'outils vont être distribués : les outils en situation de management collectif et les outils en situation de management individuel.

## Déroulé

### 1. Qu'est-ce que manager? / Quelle posture?

- La définition
- La posture l'axe relationnel / l'axe structure

### 2. Comment fédérer son équipe?

- Atelier
- L'outil du manager coach pour fédérer
- La fixation d'objectif
- Poser les règles avec son équipe
- La posture basse dite de « puissance »

### 3. Choisir son style de management en fonction de la situation

- L'autonomie
- Les différents styles de management
- L'adaptation en temps réel
- Atelier testons l'outil

### 4. Comment optimiser la motivation individuelle

- Théorie de la motivation
- Sa propre motivation
- Atelier de mise en pratique

### 5. Les entretiens individuels

- Recadrer
- Déléguer
- Dire non

### 6. Les signes de reconnaissances

- Concept
- Application
- Clôture du stage

• **PRÉREQUIS:** Aucun

• **PARTICIPANTS:** Toute personne désireuse d'augmenter la qualité de ses actions en management et de sa posture de manager à la fois sur l'axe relationnel et sur l'axe de la structurel

• **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE

• **DURÉE :** 2 jours (14h)

• **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription

• **TARIF :** sur devis

# MANAGER COACH

## Objectifs

À travers la découverte des 6 talents du Manager Coach, nous allons permettre à chaque manager de comprendre ses moteurs et ses freins à l'apprentissage et à l'action en position managériale. Nous allons nous familiariser avec ses réactions sous pression et nous projeter dans la compréhension des motivations des collaborateurs. Les objectifs sont :

- Prise de conscience par le manager que son outil de travail, c'est avant tout sa connaissance de lui-même associée à sa lecture des motivations et capacités de ses collaborateurs.
- Apporter les méthodes pour actionner les 5 talents clés du Manager Coach.

## Déroulé

### 1- Donner du sens au job de chacun

- Partage des visions et alignement avec les valeurs de l'entreprise.
- Jeux de rôles: savoir communiquer sa vision à son équipe.

### 2- Donner des objectifs

- Articulation avec la vision, les objectifs explicites et implicites
- Gestion des priorités, pratique de la préparation de feuilles d'objectifs.

### 3- Donner du Feedback

- Feedbacks de renforcement et de changement.
- Exercices pour percevoir l'impact émotionnel du feedback. Deux démarches de feedback en face à face.
- Jeux de rôles: feedback de renforcement, puis feedback de changement.

### 4- Apporter de la reconnaissance

- Les éléments de reconnaissance auxquels nous sommes sensibles
- Pratique: recherche des facteurs de reconnaissance et de non-reconnaissance de chacun.
- Savoir communiquer de la reconnaissance en face à face.

### 5- Inspirer

- Découverte de la « Push / Pull Theory » (Comment alterner maïeutique et directives)
- Le jeu des balles (comment rendre autonomes ses collaborateurs)
- Le jeu des chapeaux (comment dépasser les étiquettes qui freinent)
- Convaincre en situation d'adversité.

- **PRÉREQUIS:** Aucun
- **PARTICIPANTS:**
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE

- **DURÉE :** 2 jours (14h)
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis

# CO-DEVELOPPEMENT

## Objectifs

Le co-développement propose une approche d'accompagnement entre pairs reposant sur l'intelligence collective. Centrée sur l'efficacité opérationnelle, cette démarche, à destination des managers hiérarchiques ou transverses, repose sur le partage des pratiques et vise à permettre à chacun de trouver des solutions à ses problématiques opérationnelles. Dans cette formation, nous allons expérimenter le processus de co-développement, découvrir les apports de la dynamique de réflexion collective et acquérir les bases d'une animation de groupe de co-développement pour pouvoir l'utiliser dans son service ou dans son entreprise.

## Déroulé

### 1. Introduction et découverte de la méthode

Les fondamentaux du co-développement :

- Présentation de la méthode Champagne et Payette
- Comprendre les enjeux, les prérequis, les rôles et les étapes clés

### 2. Expérimenter les 6 étapes

- Partage et choix de situations opérationnelles présentées par les participants
- Expérimentation des 6 étapes du co-développement
- Retours d'expériences et identification des best practices

### 3. Expérimenter le rôle du client et consultant

- Savoir présenter une problématique opérationnelle
- Travailler l'écoute active
- Adopter une démarche orientée solutions

### 4. Adopter une posture d'animateur en s'appuyant sur l'approche systémique

- Comprendre l'approche systémique
- Définir les objectifs
- Poser des questions efficaces de clarification
- Réguler les échanges et identifier les facteurs d'équilibre et de déséquilibre
- S'appuyer sur la dynamique de groupe
- Favoriser l'agilité et l'intelligence collective
- Obtenir un feedback
- Évaluer les impacts et en tirer les conclusions

### 5. Intégrer des séances de co-développement dedans sa pratique managériale

- Favoriser l'engagement de chacun dans un contexte collaboratif au sein de son service
- Construire une stratégie de communication
- Préparer deux séances de co-développement
- Communiquer

- **PRÉREQUIS:** Aucun

- **PARTICIPANTS:** Toute personne désireuse de créer une dynamique de réflexion collective et de résoudre avec ses pairs des problématiques opérationnelles.

- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE

- **DURÉE :** 2 jours (14h)

- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription

- **TARIF :** sur devis



# CONFERENCE SPECTACLE

## Objectifs

Au-delà de son aspect spectaculaire et même parfois magique, le mentalisme est un ensemble de techniques qui permettent d'illustrer de nombreuses situations de l'Entreprise. Développer son sens de l'observation, communiquer en leader ou encore développer sa confiance en soi jouent un rôle essentiel dans l'entreprise complexe d'aujourd'hui. Accompagné par un coach expert, Le public devient acteur d'incroyables expériences qui marqueront sa mémoire et vivra un moment fédérateur en équipe : Un excellent moyen de réussir un séminaire d'équipe !

## Déroulé

### 1. Les outils de la conférence spectacle

- Plusieurs techniques sont mises ici à contribution. PNL, Hypnose, communication d'influence, illusion, dans un contexte ludique et spectaculaire.

### 2. Le mentalisme

- Le mentaliste propose des expériences insolites qui seront analysées et commentées par les participants. Les concepts utilisés pourront être assimilés et utilisés par chacun dans sa vie personnelle ou professionnelle.

### 3. Les clés d'une communication influente

- En découvrant certaines astuces vous augmenterez l'impact de votre communication et la réalisation
- de vos objectifs personnels et professionnels.

### 4. Spectateur et acteur

- Ce spectacle vous permettra de découvrir de façon innovante et divertissante comment votre cerveau vous joue parfois des tours.
- Sous la forme d'un spectacle interactif, le public devient acteur dans la découverte de ses capacités d'observation et de mise en action.

### 5. Retour sur une expérience unique

- Participez à une aventure enthousiasmante.
- Découvrez votre talent caché.
- Et repartez avec quelque chose en plus !

- **PRÉREQUIS:** Aucun
- **PARTICIPANTS:**
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE

- **DURÉE :** 1h30
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis

# CONFERENCE INTERACTIVE : DECOUVREZ LA METADUCTION©

## Objectifs

Adopter les 5 réflexes favorables à une prise de décision éclairée  
Expérimenter les biais décisionnels, et découvrir leur omniprésence  
Renforcer la confiance

## Déroulé

Cette conférence interactive vous permettra de découvrir de façon innovante et divertissante comment vos capacités d'observation, associées à la force de votre intention, peuvent augmenter l'impact de votre communication et vous permettre de réaliser vos objectifs personnels et professionnels.

Plusieurs techniques sont mises ici à contribution lors de cette conférence. PNL, communication d'influence, mentalisme, se côtoient dans un contexte ludique et spectaculaire.

Durant 1h30, le public devient acteur dans la découverte de ses capacités d'observation et de mise en action.

Au-delà d'une conférence classique, il s'agit ici de pousser les murs habituels pour penser « en dehors de la boîte ».

C'est l'occasion de poser les questions différemment et d'explorer des pistes nouvelles.

Notre perception d'une situation peut-elle être faussée par nos émotions ?

Prenons-nous nos décisions sur des bases uniquement rationnelles ?

Pourquoi faire passer un message est-il souvent si difficile ?

Une meilleure compréhension des mécanismes décisionnels peut nous amener à réviser nos jugements, et à améliorer notre manière de communiquer... dans le plaisir et la bonne humeur.

- **PRÉREQUIS:** Aucun
- **PARTICIPANTS:**
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE

- **DURÉE :** 1h30
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis

# CONSTRUIRE SA VISION D'ÉQUIPE

## Objectifs

Véritable travail en équipe axé sur la Co-construction, ce séminaire vous permettra de répondre à la question suivante: « Quelle est notre vision d'équipe et comment allons-nous la mettre en œuvre ? ».

Ce séminaire associe connaissance de soi, cohésion d'équipe et décisions opérationnelles. Le livrable est un ensemble d'engagements individuels et collectifs.

## Déroulé

### Pre-work

- Passation en ligne de l'inventaire Process Com (15 jours avant le séminaire)

### 1. Débriefing de l'inventaire Process Com

- L'inventaire de personnalité Process Communication permet de réaliser un état des lieux et de définir les points de progression grâce à
  - *une meilleure connaissance de soi*
  - *Une meilleure compréhension de son comportement en situation de stress ou de conflit*

### 2. La cartographie des besoins et attentes

- À travers la Process Com, donne des clefs pour mieux travailler ensemble.

### 3. Participation à un « Rêve éveillé »

- « Quelle vision d'équipe avons-nous pour notre entreprise ? »

### 4. Structurer sa vision en équipe

- *Nos types de clients et leurs spécificités*
- *Nos services proposés et Notre valeur ajoutée*
- *Nos compétences clés, Nos ressources, Notre organisation et Notre système d'information Nos valeurs, et principes de fonctionnement*

### 5. Clarification de la situation actuelle et identification des facteurs clés de succès du changement

### 6. Prendre des engagements collectifs et individuels pour atteindre la vision

- **PRÉREQUIS:** Passation de l'inventaire de personnalité Process Communication

- **PARTICIPANTS:** Comité de direction, BU, entité opérationnelle

- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE

- **DURÉE :** jours (14 heures)

- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription

- **TARIF :** sur devis

# TRAINING GAME

## Objectifs

Un Training Game est une simulation reproduisant une réalité dans laquelle les participants devront mettre en œuvre les compétences, qualités, savoir-faire et savoir-être pour gérer des situations plus ou moins complexes. A l'image d'un simulateur de vol qui reproduit à l'identique les conditions de pilotage d'un avion, ou une de la situation réelle

En fonction du type de Training Game, on utilisera un terme plus spécifique tel que Management Game, Business Game, Négociation Game ...

## Déroulé

### 1ère partie : préparation

- Présentation de la journée, des objectifs et de l'organisation  
Présentation et lecture individuelle des documents du cas  
Réponse aux questions des participants  
Préparation en équipe de la stratégie à mettre en place pour résoudre les différentes situations, déclinaison de cette stratégie en un plan d'action concret
- Présentation du plan d'action

### 2ème partie : Game

- Préparation de la première action prévue dans le plan d'action (5 à 10 minutes) Réalisation de la simulation avec un ou des animateurs (sans limite de temps) Débriefing de l'action menée entre participants, prise en compte des informations nouvelles et/ou des éléments de la simulation pour conforter ou modifier le plan d'action Passage à l'action suivante

### 3ème partie : débriefing

- Débriefing de la journée par les participants Débriefing de la journée par les animateurs Synthèse d'apports de fond  
Evaluation et recommandations

- **PRÉREQUIS:** Passation de l'inventaire de personnalité Process Communication

- **PARTICIPANTS:** Comité de direction, BU, entité opérationnelle

- **STAGE::** INTRA/INTER-ENTREPRISE

- **DURÉE :** jours (14 heures)

- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription

- **TARIF :** sur devis

# LEGO™ SERIOUS PLAY™

## Objectifs

Cette méthodologie de travail en équipe est le fruit de recherches approfondies menées depuis les années 90 entre le groupe LEGO®, des enseignants chercheurs du MIT de Boston et de l'IMD de Lausanne. Elle est à l'origine du retournement spectaculaire des résultats du groupe LEGO® au début des années 2000.

Les résultats obtenus dépassent les attentes. Plus imaginatives et plus impliquées dans le diagnostic, l'élaboration de solutions et l'identification d'actions de mise en œuvre, les équipes libèrent leur créativité et leur potentiel humain grâce à cette nouvelle méthode utilisée avec succès dans le monde entier par des milliers d'équipes dirigeantes d'organisations publiques et privées afin d'apporter des solutions et un engagement partagé pour réussir les défis stratégiques.

### Exemples de thématiques réalisées :

- Partage d'une vision stratégique et des conditions de réussite associés
- REX d'un projet complexe et propositions d'amélioration
- Préparation et lancement de campagne/nouveaux produits
- Stimulation de la créativité et de l'innovation
- Gestion de conflits, du climat social et des risques Psycho-sociaux
- Préparation d'opérations de fusion acquisition
- Intégration post recrutement et/ou post acquisition, ...

- **PRÉREQUIS:** Aucun
- **PARTICIPANTS:** Tout public
- **STAGE:** INTRA/ INTER-ENTREPRISE

- **DURÉE :**
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis

# SÉMINAIRE D'ENGAGEMENT

## Objectifs

L'engagement assure la pérennité des actions, c'est une quête permanente pour un dirigeant ou un manager. Or, trop souvent la conduite du changement s'appuie sur une communication descendante ou des formations aux outils, laissant peu de place à une appropriation réelle et profonde. Afin de rendre chaque membre d'une direction ou d'une équipe partie prenante et de la faire passer d'état passif à actif, la clé réside dans l'appropriation et la prise de décision. Basé sur la médiation, le séminaire d'engagement permet de révéler un projet collectif dont chacun est acteur pour :

- Résoudre des problématiques internes
- Améliorer ou créer une nouvelle offre de produit/service

## Déroulé

### 1. Présentation du Projet\* initial tel que imaginé par son porteur

*Déterminer les axes de travail définitifs pour déployer ce projet*

*Genèse du projet, son ambition et sa mise-en-œuvre*

### 2. Médiation (sans le porteur)

*Identifier les points d'accord et de désaccord  
Déterminer les conditions d'adhésion au projet  
Identifier des premières pistes de mise-en-œuvre*

### 4. Projection

*Définir les solutions ou le chemin pour arriver à ces solutions, en réponses aux axes de travail préalablement identifiés*

### 3. Révélation d'un projet amendé

*Restituer les éléments issus de la médiation  
Obtenir l'avis du porteur sur ces éléments  
Faire converger les points de vue entre le porteur et son équipe*

### 5. Bouclage

*Déterminer les premières actions à mettre en œuvre et les prochaines étapes programme stratégique ou d'un projet opérationnel.*

**\*Les projets peuvent être de trois dimensions : au niveau de l'entreprise, d'un**

- **PRÉREQUIS:** Aucun
- **PARTICIPANTS:** Tout public
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE

- **DURÉE :**
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis

# SEMINAIRE START-UP MODE

## Objectifs

La vitesse et l'agilité sont devenues des éléments clefs des stratégies d'innovation. Pourtant, l'inertie des organisations face à la nécessité de changement peut être un véritable frein à leur capacité à inventer de nouveaux services et produits, ou à repenser leur business model ou leur organisation. L'atelier « Startup Mode » a été conçu pour plonger les collaborateurs, le temps d'une demi-journée, dans l'état d'esprit d'audace, d'agilité et de vitesse qui caractérise les startups du numérique, afin d'apporter en un temps très court des réponses concrètes à des enjeux importants de l'entreprise. Les participants travaillent d'abord sur la définition précise du problème à résoudre, puis sur des pistes de solution.

## Déroulé

### 1. Inspiration

- *Ouvrir sur l'intelligence collective*

### 2. Problème

- *Décrire et formuler le Problème*
- *Décrire les causes et conséquences*

### 3. Solution

- *Proposer une solution au problème identifié*
- *Approfondir les détails de sa mise en œuvre*

### 4. Restitution

- *Présenter sa solution au format pitch startup*

### 5. Vote

- *Sélectionner le ou les solutions gagnantes*

- **PRÉREQUIS:** Une problématique commune à résoudre
- **PARTICIPANTS:** Des parties prenantes (jusqu'à 1000 participants)
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE

- **DURÉE :** ½ jour
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis

# GOOGLE DESIGN SPRINT

## Objectifs

Tout projet d'entreprise qui consiste à créer un nouveau produit ou service demande nécessairement de prendre en considération 3 facteurs clés : désirabilité, viabilité, faisabilité essentiel dans une prise de décision. Un Google Design Sprint focalise une grande attention sur ces trois facteurs. Au cours de cet atelier vous parviendrez à :

Valider ou invalider des hypothèses sans construire le produit/service entièrement  
Se décider sur une feuille de route d'un produit/service  
Permet de réduire le travail en silo

## Déroulé

### 1. Cartographie

- Comprendre les défis, les opportunités, le public cible
- Définir des indicateurs de réussite du sprint.
- Réaliser la cartographie de l'expérience client ou du processus

### 2. Croquis

- Explorer le problème de manière créative et positive.
- Développer une ou plusieurs solutions

### 3. Décision

- Décider de la ou les meilleures solutions à développer en favorisant d'abord la créativité individuelle
- Challenger les solutions en gardant des idées opposées dans la discussion

### 4. Prototypage

- Créer un prototype pour démontrer les nouvelles idées ou conceptions.

### 5. Test

- Organiser et réaliser des tests utilisateurs, idéalement en situation réelle, ou à distance si la situation le requiert.
- Récupérer du feedback pour itérations ultérieures

- **PRÉREQUIS:** Une problématique à résoudre
- **PARTICIPANTS:** Un groupe de 7 parties prenantes concernées et engagées par rapport à la problématique
- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE

- **DURÉE :** 5 jours
- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription
- **TARIF :** sur devis



# SPRINT STORYMAP

## Objectifs

Le sprint de storymap permet à une équipe travaillant en mode agile de définir le contenu du projet avec un niveau de précision avancé dans un temps court. Il a le double avantage d'aligner l'équipe sur la vision produit et son détail tout en projetant l'équipe dans la production. L'exercice de raconter les histoires fait ressortir simultanément les dépendances avec les autres projets ainsi que les manques et oublis. Un expérience qui aboutit aux réalisations suivantes :

- Aligner l'équipe sur la vision macro
- Affiner le produit
- Mettre l'équipe en ordre de marche

## Déroulé

### 1. Vision Produit

- Poser le problème
- Raconter l'histoire globale vécue par l'utilisateur
- puis la formaliser

### 2. Vue d'ensemble

- Identifier les macro stories puis les raconter
- Placer ces stories dans le temps
- Se focaliser sur la largeur plus que la profondeur

### 3. Exploration

- Découper les macro stories en stories plus précises
- Identifier ces stories puis les exprimer
- Explorer le détail des histoires en questionnant

*leur auteur*

### 4. Priorisation et plan de production

- Prioriser les stories en fonction de la valeur business
- Découper les éléments en 'release' ou en 'PMV'

### 5. Plan d'apprentissage

- Identifier les points clés ou à enjeu du processus à valider rapidement

### 6. Back log de release

- Définir le back log de releaser et faire un premier affinage

- **PRÉREQUIS:** Une problématique identifiée

**PARTICIPANTS:** Un Product Owner et l'équipe projet

- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE

- **DURÉE :** 1 jour

- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription

- **TARIF :** sur devis

# SÉMINAIRE RAISON D'ÊTRE

## Objectifs du séminaire

Le sens est devenu un sujet majeur du monde des organisations, notamment des nouvelles générations. Faire émerger sa raison d'être, permet de répondre à la question du '**pour quoi**' l'entreprise existe. C'est le niveau de sens le plus profond qui met en lumière l'utilité qu'une entreprise donne à son activité. Cette boussole pour toutes les décisions au sein de l'organisation doit nécessairement être porteuse d'une conviction vis-à-vis de l'état du monde.

Ce séminaire vous permettra de :

Faire émerger une raison d'être inspirante et porteuse d'une conviction

Engager ses équipes, partenaires ou clients autour d'une vision du monde

Créer de la cohérence entre le 'pourquoi' l'organisation existe ce qu'elle fait (son métier)

## Déroulé

### 1. Exploration

- Identifier le mythe fondateur de l'organisation
- Faire émerger les fiertés et les histoires qui ont marqué l'entreprise

### 2. Inspiration

- Décrypter ce qu'est une raison d'être
- Donner une définition commune
- Inspirer les participants aux travers d'exemples concrets

### 3. Ambition

- Fixer le niveau d'ambition de la raison d'être
- Identifier des premières pistes de combats dans laquelle l'organisation est engagée

### 4. Contribution-Impact

- Travailler sur l'impact que cherche à obtenir l'organisation sur le monde
- Déterminer une formulation élevée de ce que réalise l'organisation pour contribuer à atteindre cet impact

### 5. Implication

- Décliner les pistes de raison d'être en scénario de mise en œuvre
- Identifier les conséquences humaines, économiques et métiers des scénarios
- Décider de la raison d'être retenue

- **PRÉREQUIS:** Aucun

**PARTICIPANTS:** Un dirigeant, son comité de direction et des personnes engagées à divers niveaux de l'entreprise

- **STAGE::** INTRA/ INTER-ENTREPRISE

- **DURÉE :** 1 jour

- **PÉRIODE :** À définir sur demande d'inscription

- **TARIF :** sur devis

# CONDITIONS DE FORMATION



- Vous êtes en situation de mobilité réduite ?  
Notre Référent Handicap vous accompagne dans vos démarches :

[contact@lamarck-institute.com](mailto:contact@lamarck-institute.com)

## Contactez-nous

- Aymeric MAGNAN DE BELLEVUE  
06 60 40 20 85  
[amagnan2b@lamarck-institute.com](mailto:amagnan2b@lamarck-institute.com)

# VOS OBJECTIFS PROFESIONNELS

Nous vous accompagnons dans la construction d'une formation qui répond en tout point à vos attentes pédagogiques et besoins en termes d'organisation et de fonctionnement.

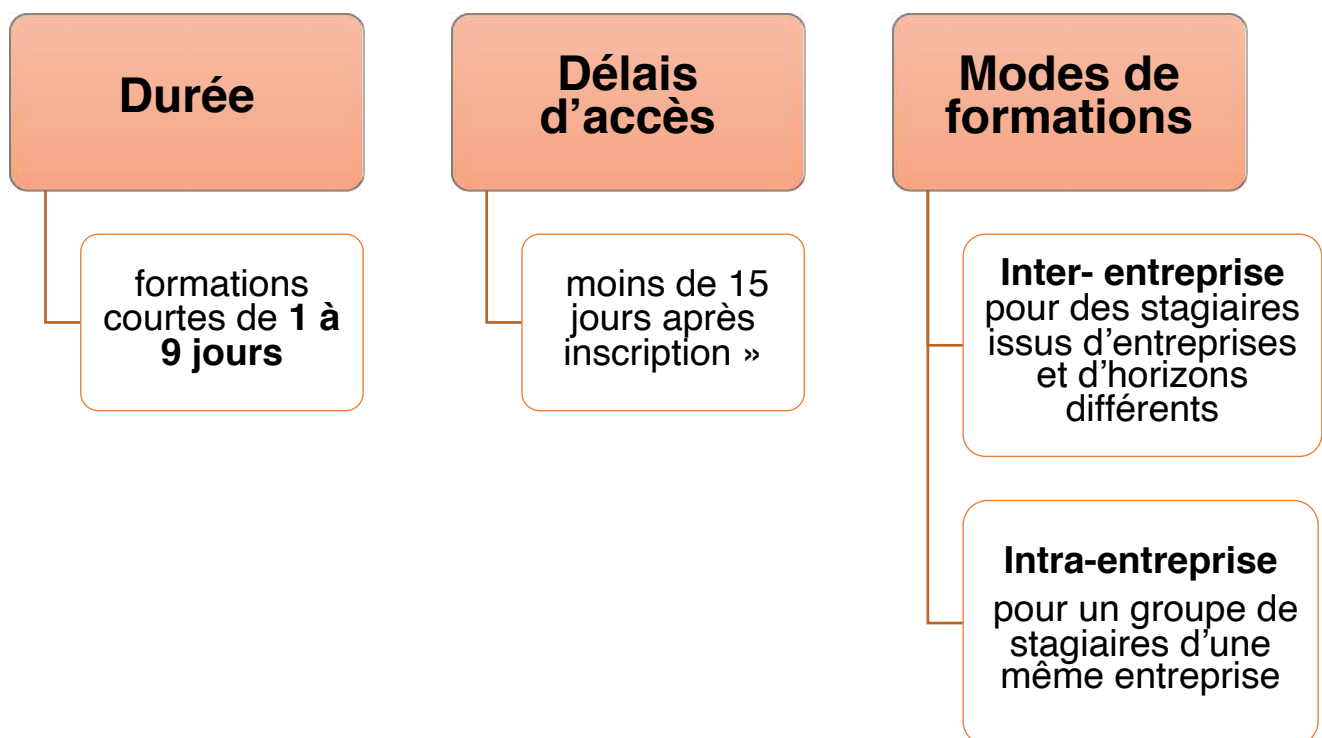
## Les formateurs :

Les compétences pluridisciplinaires de nos intervenants couvrent un vaste champ de besoins, en lien avec les besoins actuels des entreprises.

## Les certifications :

Lamarck Institute est également un centre de préparation et d'examen pour vos certification en Project management : Scrum, Devops, Prince 2, ITIL.....

## Des modalités compatibles avec les contraintes de la vie active :



Pour plus d'information vous pouvez consulter notre site web

# VOS OBJECTIFS PROFESSIONNELS

## Votre rythme

### Bonne nouvelle !

Chez Lamarck Institute il est désormais possible de vous former ou que vous soyez. En effet, nos formations sont également disponible à **distance**.

### Pour votre entreprise : des atouts essentiels

#### Pour l'entreprise

**Souplesse** : modalités de formation et d'organisation variées, tenant compte des besoins des apprenants

**Individualisation** : mise en place de parcours de formation sur-mesure, contractualisés et ajustables tout au long de la formation

**Universalité** : possibilité de former tout type de public, notamment ceux qui accèdent parfois difficilement à la formation en présentiel

**Efficacité/Optimisation des temps** : moins d'absence au poste, moins de temps et de frais de déplacements, moins d'absentéisme en formation, plus de salariés formés...

#### Pour le salarié

**Flexibilité** : possibilité de travailler à son rythme, choix des temps et des lieux de formation (au poste de travail, dans un centre de ressources interne ou externe, à domicile...), en fonction de ses disponibilités

**Accessibilité** : accès facile à l'information, y compris pour des publics ayant des difficultés de mobilité ou éloignés géographiquement des centres de formation, de premier niveau de qualification ou maîtrisant peu les savoirs de base, travailleurs handicapés...

Pour plus d'informations vous pouvez consulter notre site web



# NOUS APPROCHES PÉDAGOGIQUES

Chez Lamarck Institute, nous cherchons à varier les méthodes durant une même formation en fonction des personnalités des stagiaires, des circonstances et des phases d'apprentissage des formations.

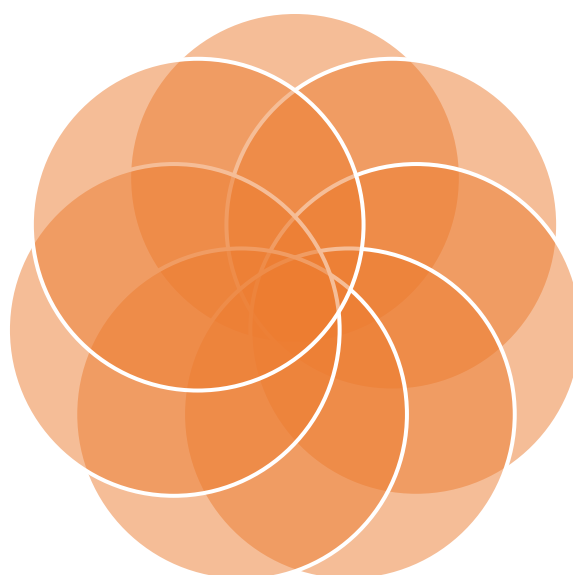
En voici quelques unes :

**Tour de table**

**Ateliers créatifs  
et collaboratifs**

**Simulation**

**Co-  
développement  
et coaching**

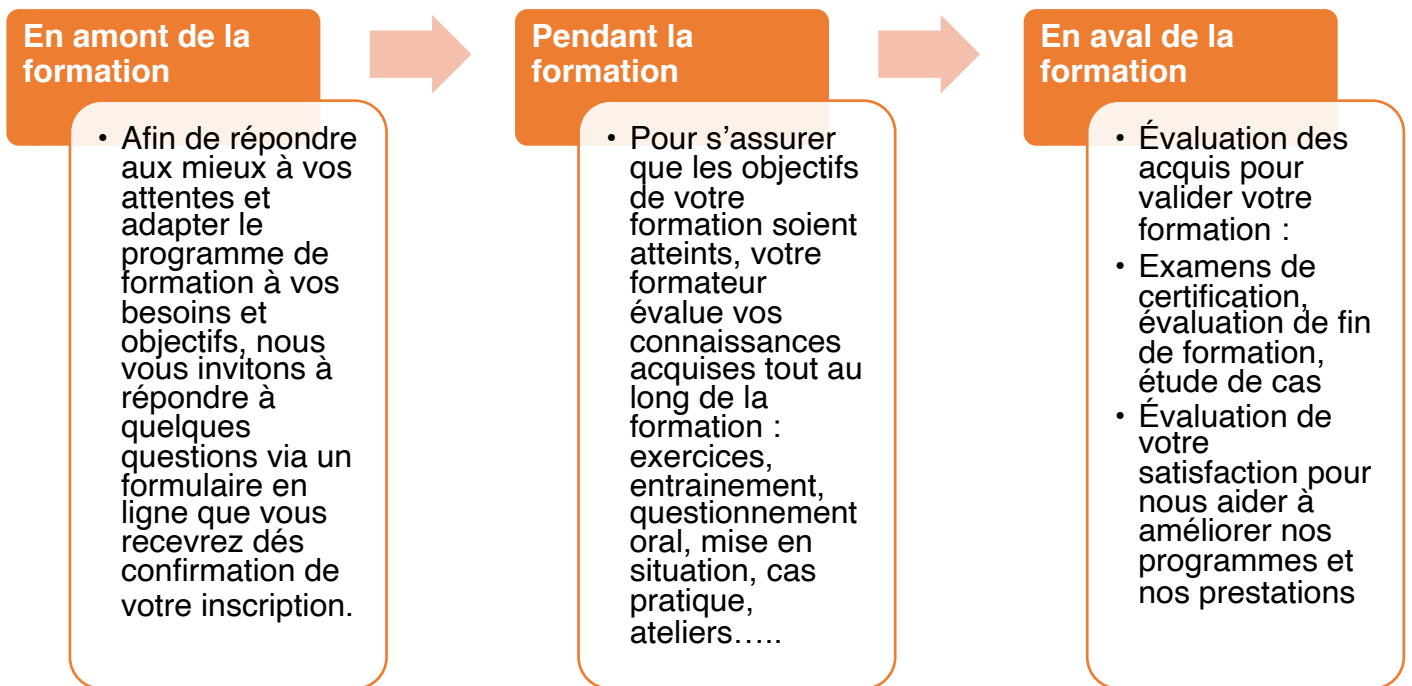


**Classe inversée**

**Travail de groupe**

**Étude de cas**

# L'ÉVALUATION AU COEUR DE NOS ACTIONS DE FORMATION



# DEMANDE D'INSCRIPTION

Un programme de formation vous intéresse et vous souhaitez vous y inscrire ?

Voici les démarches :

Assurez vous de remplir les prérequis tel qu'indiqué sur notre catalogue de formation.

Inscrivez vous en complétant le formulaire d'inscription en ligne

Nous vous contactons dans un délais n'excédant pas les 48 heures afin de vous accompagner dans votre démarche et vous orienter dans votre projet de formation.

Une fois votre projet défini, votre planning de formation, le devis ainsi que la convention de formation vous sont transmis pour confirmation de l'inscription.

Félicitation, Votre inscription est confirmé !

Vous recevrez par e-mail votre convocation la formation ainsi que votre livret d'accueil du stagiaire avec toutes les informations pour le jour J : ( programme, lieux, règlement intérieur, horaires..... )

Vous souhaitez financer votre formation dans le cadre du CPF, OPCO ou tout autre mode de financement ?

Pour le CPF, Retrouvez nous sur le site : [Mon compte formation](#)

Pour toute autre mode de financement [contactez-nous](#)

Aymeric Magnan de Bellevue  
06 60 40 20 85  
amagnan2b@lamarck-institute.com





## Formulaire d'inscription

### MODE D'EMPLOI

- Complétez et envoyez votre demande d'inscription\* : [amagnan2b@lamarck-institute.com](mailto:amagnan2b@lamarck-institute.com)
- Nous vous contacterons dès réception du formulaire afin de finaliser votre projet de formation
- A l'issue de l'entretien vous recevrez par e-mail les éléments suivants :
  - Devis individualisé et convention de formation « pour signature » à retourner par e-mail [amagnan2b@lamarck-institute.com](mailto:amagnan2b@lamarck-institute.com)
  - Confirmation d'inscription selon les modalités entendues (date, lieu de formation, tarif...)
  - Convocation à la formation

\*Nous conseillons de transmettre la demande d'inscription 15 jours minimum avant la date du début de formation souhaitée.

### ENTREPRISE

M<sup>me</sup>  M. : ..... Fonction : .....

Téléphone : ..... Email : .....

Société : .....

Adresse : .....

Code postal : ..... Ville : .....

Téléphone standard : ..... Mobile : .....

N° de SIRET : .....

### FACTURATION

Adresse de facturation si différente : .....

Prise en charge de la formation par un fond de formation (O.P.C.O.) : →  Oui →  Non

Nom de l'O.P.C.O. si prise en charge : .....

### FORMATION

Intitulé de la formation : .....

Nombre de stagiaires : .....

Date de début de Formation souhaitée : .....

#### Participant(s)

	Stagiaire 1	Stagiaire 2	Stagiaire 3	Stagiaire 4	Stagiaire 5	Stagiaire 6
Nom						
Prénom						
Email						
Fonction						

(La signature de ce bulletin entraîne l'acceptation des conditions générales de vente (B))

Date : .....

Signature

Cachet

Les données personnelles du stagiaire recueillies sur le présent formulaire sont utilisées dans le cadre strict de l'inscription de l'exécution et du suivi de sa formation par les services Lamarck Institute en charge du traitement. Ces données sont nécessaires à l'exécution de la formation en application de l'article L. 6353-9 du Code du travail et des services IB SA associés, y compris l'accès à la plate-forme Learning Hub. Elles sont conservées pour la durée légale de prescription des contrôles administratif et financier applicables aux actions de formation. En application de la réglementation sur la protection des données à caractère personnel, le stagiaire bénéficie d'un droit d'accès, de rectification, de limitation, de suppression du traitement ainsi qu'un droit d'opposition et de portabilité de ses données si cela est applicable, qui peut être exercé en s'adressant à Lamarck Institute 43-45 Avenue Kieber, 16<sup>ème</sup> arrondissement 75116, PARIS. Le stagiaire bénéficie également du droit d'introduire une réclamation auprès d'une autorité de contrôle si nécessaire.

# FORMATION ET SITUATION D'HANDICAP

Chez Lamarck Institute nous prenons en compte les contraintes particulières liées aux éventuelles situation d'handicap de nos stagiaires afin de leurs permettre d'accéder au développement de leurs compétences :

Nous nous mettons à votre disposition pour vous orienter !



**Contactez- nous**

- Vous êtes une entreprise et vous souhaitez vous informer sur les condition d'accueil et d'accessibilité de vos collaboratrices et collaborateurs en situation d'handicap ?
- Vous êtes un salarié en situation d'handicap et votre hiérarchie vous a inscrit à l'un de nos programmes de formation ?
- Vous êtes un particulier en situation d'handicap et vous souhaitez vous inscrire à l'un de nos programmes dans le cadre du CPF ?

Référent Handicap Lamarck Institute :  
[contact@lamarck-institute.com](mailto:contact@lamarck-institute.com)

# FORMATION ET SITUATION DE HANDICAP : LIENS UTILES

## Lien Ressources Handicap Formation :

<https://www.agefiph.fr/ressources-handicap-formation>

## Lien Mooc :

<https://sensibilisation-au-handicap.the-mooc-agency.com/>

## Lien Gouv :

<https://www.monparcourshandicap.gouv.fr/formation-professionnelle/compenser-mon-handicap-en-formation>

## Lien Gouv Agefiph :

<https://travail-emploi.gouv.fr/droit-du-travail/handicap-et-travail/article/les-aides-de-l-agefiph>

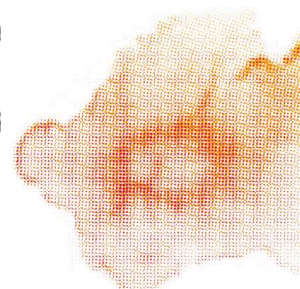
## Lien Gouv Fiphfp :

<https://travail-emploi.gouv.fr/emploi/emploi-et-han>

**Référent Handicap Lamarck Institute :**  
[contact@lamarck-institute.com](mailto:contact@lamarck-institute.com)

# CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

- *Toute commande de formation vaut acceptation sans réserve par l'acheteur et son adhésion pleine et entière aux présentes conditions générales de vente qui prévalent sur tout autre document de l'acheteur, et notamment sur toutes conditions générales d'achat.*
- *Toute participation au cours nécessite une commande écrite par courrier, e-mail ou via notre site internet. Toute commande de formation suppose que le client accepte le contenu du stage et s'assure de disposer des prérequis.*
- *Dans les cours collectifs (inter-entreprises), les inscriptions sont prises par ordre d'arrivée et dans la limite des places disponibles.*
- *Tous nos prix sont indiqués hors taxes et sont à majorer de la TVA au taux en vigueur.*
- *Toute commande sera validée par nos services dès sa réception.*
- *Lamarck Institute fait parvenir au client, en double exemplaire, une convention de formation professionnelle telle que prévue par la loi (articles 6353-3 à 6353-7 du Code du Travail). Le client s'engage à nous retourner dans les plus brefs délais un exemplaire signé et portant son cachet commercial.*
- *Une attestation de présence, signée par les participants, est adressée au Client après chaque formation.*
- *Les demandes d'annulation seront formulées exclusivement par écrit (fax ou courrier). Elles donneront lieu à un remboursement intégral si elles sont reçues au moins 10 jours ouvrés avant le début de la formation. En cas de désistement dans un délai inférieur à 10 jours ouvrés ou en cas d'absence totale ou partielle d'un stagiaire à la formation, le montant de la participation restera immédiatement exigible en totalité.*
- *Les demandes de remplacement de stagiaires sont admises à tout moment sauf conditions spécifiques de travaux préparatoires à cette formation.*
- *Lamarck Institute se réserve le droit d'annuler un cours collectif si le nombre d'inscriptions est insuffisant, sans aucun dédommagement quel qu'il soit. Dans ce cas, les stagiaires sont prévenus dans la semaine précédant le cours et il leur sera proposé de reporter leur inscription dans une session ultérieure.*
- *En cas de prise en charge du coût de la formation par un organisme gestionnaire des fonds de formation, il appartient au client :*
  - *de faire une demande de prise en charge avant le début de la formation et de s'assurer de la bonne fin de cette demande,*
  - *et de l'indiquer explicitement sur son bulletin d'inscription ou sur son bon de commande.*
- *En cas de prise en charge partielle du coût de la formation, le reliquat sera facturé au Client.*
- *En cas de non réception, par Lamarck Institute, de la prise en charge au 1er jour de la formation, le Client sera facturé de l'intégralité du coût du stage.*
- *Conformément à la réglementation française qui est applicable à ces fichiers, le Client peut écrire à Lamarck Institute pour exercer ses droits d'accès et de rectification dans le fichier de Lamarck Institute en ce qui concerne les données nominatives.*
- *Lamarck Institute ne pourra en aucun cas être tenu comme responsable de quelque préjudice que causé directement ou indirectement par ses prestations.*
- *Tous litiges qui ne pourraient être réglés à l'amiable seront de la COMPÉTENCE EXCLUSIVE DU TRIBUNAL DE COMMERCE DE PARIS quel que soit le siège ou la résidence du Client.*



## REGLEMENT INTERIEUR APPLICABLE AUX STAGIAIRES

### **Article 1 : Objet**

Le présent règlement est établi conformément aux dispositions des articles L 6352-3 et L 6352-4 et R 6352-1 à R 6352-15 du Code du Travail.

Le présent règlement s'applique à tous les stagiaires participant à une action de formation organisée par **Lamarck Institute** et ce pendant toute la durée de la formation suivie.

### **Article 2 – Hygiène et sécurité**

La prévention des risques d'accidents et de maladie est impérative et exige de chacun le respect total de toutes les prescriptions applicables en matière d'hygiène et de sécurité. A cet effet, les consignes générales et particulières d'hygiène et de sécurité en vigueur dans l'organisme, notamment les consignes d'incendie, doivent être strictement respectées.

### **Article 3 – Discipline générale**

**3.1** – Les stagiaires doivent se conformer aux horaires de formation communiqués par Lamarck Institute . Sauf circonstances exceptionnelles, les stagiaires ne peuvent s'absenter pendant les heures de formation.

**3.2** - Il est formellement interdit aux stagiaires d'entrer dans l'établissement en état d'ivresse, d'introduire des boissons alcoolisées dans les locaux, de quitter le stage sans motif, de troubler le bon déroulement de la formation par son comportement.

**3.3** - Il est formellement interdit, sauf dérogation expresse du responsable Lamarck Institute , d'enregistrer ou de filmer les sessions de formation.

**3.4** – Les stagiaires sont tenus de signer, pour chaque demi-journée, une feuille de présence individuelle.

**3.5** - La documentation pédagogique remise lors des sessions de formation est protégée par le Code de la propriété intellectuelle et ne peut être utilisée que pour un strict usage personnel.

**3.6** - Lamarck Institute décline toute responsabilité en cas de perte, de vol ou détérioration des objets personnels de toute nature déposés par les stagiaires dans les locaux de formation.

**3.7** – Chaque stagiaire a l'obligation d'avertir le responsable Lamarck Institute ou son représentant dès qu'il a connaissance d'un incident ou d'un accident survenu dans les locaux de formation.

**3.8** - Chaque stagiaire a l'obligation de conserver en bon état le matériel qui lui est confié en vue de sa formation. Les stagiaires sont tenus d'utiliser le matériel conformément à son objet. L'utilisation du matériel à d'autres fins, notamment personnelles est interdite. A la fin du stage, le stagiaire est tenu de restituer tout matériel et document en sa possession appartenant à Lamarck Institute, sauf les documents pédagogiques distribués en cours de formation.

**3.9** - L'accès aux lieux de restauration n'est autorisé que pendant les heures fixées pour les repas. Il est interdit, sauf autorisation spéciale, donnée par le responsable Lamarck Institute ou son représentant, de prendre ses repas dans les salles où se déroulent les stages.

### **Article 4 – Sanctions**

Tout agissement considéré comme fautif par Lamarck Institute pourra, en fonction de sa nature et de sa gravité, entraîner l'une ou l'autre des sanctions ci-après par ordre d'importance :

- avertissement écrit
- blâme
- exclusion temporaire ou définitive de la formation

#### **Article 5 – Garanties disciplinaires (art. R 6352-3 et suivants du Code du Travail)**

**5.1** - Aucune sanction ne peut être infligée au stagiaire sans que celui-ci ne soit informé dans le même temps des griefs retenus contre lui (article R6352-4 du Code du Travail).

**5.2** - Lorsque le directeur de l'organisme de formation ou son représentant envisagent de prendre une sanction, il convoque par lettre recommandée avec accusé de réception le stagiaire en lui indiquant l'objet de la convocation, la date, l'heure et le lieu de l'entretien, ainsi que la possibilité de se faire assister par la personne de son choix.

Au cours de l'entretien, le stagiaire peut se faire assister par la personne de son choix, notamment le délégué de stage.

Le directeur ou son représentant indique le motif de la sanction envisagée et recueille les explications du stagiaire (article R6352-5 du Code du Travail).

**5.3** - La sanction ne peut intervenir moins d'un jour franc ni plus de quinze jours après l'entretien. Elle fait l'objet d'une décision écrite et motivée, notifiée au stagiaire par lettre recommandée ou remise contre récépissé (article R6352-6 du Code du Travail).

**5.4** - Lorsqu'un agissement considéré comme fautif a rendu indispensable une mesure conservatoire d'exclusion temporaire à effet immédiat (exemple : non respect délibéré des consignes d'hygiène et de sécurité), aucune sanction définitive relative à cet agissement ne peut être prise sans que la stagiaire n'ait été au préalable informé des griefs retenus contre lui et éventuellement, qu'il ait été convoqué à un entretien et mis en mesure d'être entendu (article R6352-7 du Code du Travail).

**5.5** - Le directeur de l'organisme de formation informe l'employeur, et éventuellement l'organisme paritaire prenant en charge les frais de formation, de la sanction prise (article R6352-8).

#### **Article 6 – Représentation des stagiaires**

**6.1** – Pour chacun des stages d'une durée supérieure à 500 heures, il est procédé simultanément à l'élection d'un délégué titulaire et d'un délégué suppléant au scrutin nominal à deux tours.  
Tous les stagiaires sont électeurs et éligibles.

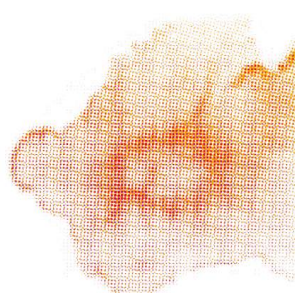
**6.2** - Les délégués sont élus pour la durée du stage. Leurs fonctions prennent fin lorsqu'ils cessent de participer au stage.

Lorsque le délégué titulaire et le délégué suppléant ont cessé leurs fonctions avant la fin du stage, il est procédé à une nouvelle élection.

Les délégués font toute suggestion pour améliorer le déroulement des stages et des conditions de vie des stagiaires dans l'organisme de formation. Ils présentent les réclamations individuelles ou collectives relatives à ces matières, aux conditions de santé et de sécurité au travail et à l'application du présent règlement.

#### **Article 7 – Publicité du règlement**

Le présent règlement est disponible sur le site internet de Lamarck Institute et est mis à la disposition de stagiaire sur simple demande.



# LAMARCK Institute

43-45 avenue Kléber  
75116 PARIS

## Contact

***Aymeric MAGNAN DE BELLEVUE***

06 60 40 20 85

[amagnan2b@lamarck-institute.com](mailto:amagnan2b@lamarck-institute.com)

Certified



Corporation