

Formations

Une dynamique de compétences
pour professionnaliser
les équipes du cabinet



CONTACT :

Christophe BERNARD :

Téléphone : 06 11 65 74 46

E-mail : bernard@phase2-conseils.fr



Sommaire des formations

ETRE EFFICACE

- DEVELOPPER SON EFFICIENCE (Plus de résultats, avec moins d'effort et plus de plaisir)
- GERER SON STRESS ET CELUI DU CABINET
- DEVELOPPER UNE RELATION HARMONIEUSE PAR UNE BONNE COMMUNICATION
- « PRODUIRE MIEUX, FACTURER JUSTE, ENCAISSER VITE » « La crise ! Même pas peur »
- LA MEDIATION ou comment résoudre les conflits en douceur
- FAIRE FACE A UNE PROPOSITION CONCURRENTTE ET DEFENDRE SON PRIX
- CONDUIRE UNE REUNION AVEC EFFICACITE
- FORMATION DE FORMATEUR – TECHNIQUES D'ANIMATION

PRODUIRE

- GAGNER EN PRODUCTIVITE POUR RESTER COMPETITIF
- AMELIORER LA PERFORMANCE DU SERVICE SOCIAL
- LE SECRETARIAT PERFORMANT.
 - Etre une secrétaire efficace et organisée
 - Jouer un rôle dans l'image du cabinet
 - Jouer un rôle dans le développement du cabinet

CONSEILLER

- RENTABILISER ET RENDRE PERFORMANTE L'ACTIVITE CONSEIL DU CABINET
- DEVELOPPER UNE ATTITUDE DE CONSEIL DANS L'ENSEMBLE DU CABINET
- LETTRE DE MISSION ET NEGOCIATION
- « COACHER » LE DIRIGEANT DE PME une mission à valeur ajoutée
- ACCOMPAGNER SON CLIENT POUR BATIR SA STRATEGIE
- REUSSIR LES ENTRETIENS DE BILAN pour développer les missions de conseil

DEVELOPPER

- METTRE EN ŒUVRE LA FORCE DE VENTE DU CABINET
- BATIR SON PLAN DE COMMUNICATION EXTERNE
- CONDUIRE UN ENTRETIEN DE VENTE
- VALORISER SES MISSIONS AU MEILLEUR PRIX
- BATIR UNE OFFRE DE SERVICE QUI VALORISE LE CABINET

MANAGER

- PERFECTIONNER SON STYLE DE MANAGEMENT
- STRUCTURER LE CABINET ET CRÉER UNE CULTURE MANAGERIALE
- LES CLES D'UN MANAGEMENT GAGNANT GAGNANT
- DEVELOPPER UN RECRUTEMENT DURABLE
- « COACHER » SES COLLABORATEURS POUR LES FAIRE EVOLUER
- MENER DES ENTRETIENS INDIVIDUELS
- BATIR LE PROJET DU CABINET ET DEFINIR SE STRATEGIE

DEVELOPPER SON EFFICIENCE

(Plus de résultats, avec moins d'effort et plus de plaisir)

OBJECTIFS :

Sensibiliser les participants aux diverses solutions permettant de mieux organiser son temps pour :

- Renforcer son efficacité personnelle en tant que cadre ou manager
- Pouvoir mieux utiliser les ressources de son équipe
- Améliorer sa rentabilité au cabinet.

CONTENU :

Comprendre le contexte :

- Identifier le syndrome de Chronos
- Comprendre la relation au temps,
- Faire la relation temps/stress

Analyser son mode fonctionnement personnel :

- Repérer ses atouts et ses handicaps
- Repositionner le temps par rapport à ses objectifs

Connaître les principes d'une gestion efficace du temps :

- Se respecter soi-même et respecter les autres
- Connaître les lois fondamentales
- Savoir hiérarchiser les priorités
- Apprendre à distinguer l'urgent et l'important et à prioriser
- Cette séquence est traitée à partir du vécu des participants

Mettre en œuvre une organisation adaptée :

- Créer les conditions d'une bonne gestion du temps à tous les niveaux
- Retenir les outils et méthodes indispensables

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Groupe ne dépassant pas 15 participants
- Méthodes actives basées sur les échanges d'expériences et des exercices individuels et en sous-groupes.
- Compléments par des présentations didactiques
- Document de synthèse remis à chaque participant
- Les méthodes sont très axées « terrain »

PUBLIC Tout public et en particulier les personnes ayant en charge le management d'équipe.

DUREE 1 jour

GÉRER SON STRESS ET CELUI DU CABINET

OBJECTIFS :

Vivre plus sereinement et plus efficacement les contraintes de la vie de Dirigeant de cabinet

Identifier et gérer le stress de ses collaborateurs

CONTENU :

Comprendre les mécanismes du stress :

- Réponses Physiologiques et psychologiques
- Les causes générales et celles directement liée au métier

Identifier les signes avant-coureur du « mauvais stress » :

- Le niveau optimal de stress : équilibre entre bon et mauvais stress
- Les sept signaux d'alarme

Trouver les moyens de réagir et d'anticiper :

- Les pièges et les faux remèdes
- Éliminer le stress inutile
- Développer des nouveaux comportements face à l'environnement : pour soi et pour les collaborateurs : savoir se ressourcer
- Faire le lien stress/temps

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Groupe de 8 à 10 personnes,
- Méthode active basée sur les échanges d'expériences, des tests individuels et en sous-groupes.
- Exercice de sensibilisation à la gestion du stress appliqué à l'environnement du cabinet
- Remise d'un document de synthèse

PUBLIC Dirigeants de cabinets
Managers d'équipe

DURÉE 1 à 2 jours selon programme

DEVELOPPER UNE RELATION HARMONIEUSE

PAR UNE BONNE COMMUNICATION

OBJECTIFS :

Prendre conscience de la contribution directe ou indirecte de chaque membre du cabinet dans la dynamique relationnelle et commerciale.

S'approprier «les techniques de communication» qui favorisent le développement d'une relation de qualité avec le client.

CONTENU :

De l'importance de la communication dans le rôle commercial de chacun.

- Analyse des constats et des réflexions de chacun, élaboration d'une charte de comportement.
- Synthèse : Les cinq facteurs du bon communicateur.

Acquisition des techniques de communication :

- Présentation et explication des moyens et des techniques qui favorisent une communication structurée et de qualité :
- La reformulation, la synchronisation, la synthèse, le recentrage, la relance, le recadrage.
- Les différents types d'entretien : directif, non directif, semi-directif. Le langage verbal, para-verbal, non verbal

Acquisition des Comportements :

- Auto diagnostic des styles de communication
- Appréhender le regard du client et valoriser la mission du cabinet.
- Présenter le cabinet et ses services
- Faire face à un client en colère, savoir répondre aux objections du client
- Expliquer un dépassement d'honoraires et défendre les intérêts du Cabinet en cas de réclamation du client.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Présentation d'un film pédagogique
- Méthodes actives basées sur la mise en situation, les échanges d'expériences et des exercices individuels et de groupe. Utilisation de la vidéo.
- Document de synthèse remis à chaque participant

PUBLIC Toutes personnes concernées par la mise en œuvre d'une action commerciale, en particulier les responsables de dossiers et les Experts Comptables.

DUREE 1 jour

« **Produire mieux, Facturer juste, Encaisser vite** »
« **La crise ! Même pas peur** »

OBJECTIFS :

La période de tension économique actuelle est une opportunité pour développer les réflexes de veille sur la situation des clients par les chefs de mission et s'assurer de la situation optimale de chaque dossier.

3 facteurs entrent en jeu pour optimiser la performance globale du cabinet:

- Produire en minimisant le coût d'obtention de la qualité,
- Facturer au juste prix les prestations réalisées et surveiller
- Surveiller le respect des échéances de règlement

CONTENU :

PRODUIRE MIEUX

- 10 questions pour un diagnostic rapide

- Comprendre où sont les enjeux et les gains de productivité potentiels
- Passer de la connaissance des outils à leur utilisation effective
- Remettre en question l'organisation de ses dossiers pour gagner en efficacité
- Oser changer les habitudes des clients sans les heurter

FACTURER JUSTE

5 règles d'or pour facturer au meilleur prix

- Développer une approche positive de la lettre de mission
- Repositionner les relations de travail dans un cadre bien compris du client
- Faire respecter les règles définies
- Avoir les bons réflexes en cas de demande du client et défendre son prix

ENCAISSER VITE

5 réflexes gagnants

- Réagir dès les moindres signes de défaut de paiement
- Montrer que l'on suit de près les situations
- Travailler en s'assurant du paiement de ses services
- Sentir et traiter les litiges rapidement

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

Groupe ne dépassant pas 12 personnes

Méthodes très actives basées sur la mise en oeuvre de méthodes, les échanges d'expériences liées au management, à l'organisation du travail. Mises en situation à la vidéo

Document de synthèse remis à chaque participant

PUBLIC : Experts comptables, chefs de groupe, chefs de mission

Il n'y a pas de pré requis pour participer à cette formation.

DUREE : 1jour

LA MEDIATION

ou comment résoudre les conflits en douceur

OBJECTIFS :

Découvrir les techniques de la médiation pour rétablir la communication entre des parties et gérer un groupe en conflit.

CONTENU :

Principes et concepts :

- Découvrir le rôle du médiateur et ses limites : médiateur ou arbitre
- Savoir identifier les enjeux et les risques pour le consultant ou l'Expert-Comptable face au rôle de médiateur suivant les différents types de missions

Conduite de la mission : les 6 étapes de la médiation

- Etape d'introduction
- Etape d'écoute
- Etape de définition : poser le problème
- Etape de résolution : créativité
- Etape de validation
- Etape de conclusion

La rédaction de l'accord final

Valoriser la mission :

- Les conditions de vente et d'achat d'une mission de médiation
- Savoir valoriser et mieux vendre la mission de médiation
- Les pratiques de facturation couramment utilisés

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Groupe pouvant aller jusqu'à 15 personnes
- Méthodes participatives et travaux de groupe.
- Document de synthèse remis à chaque participant

PUBLIC Experts-comptables

DURÉE 1 à 2 jours selon programme

FAIRE FACE A UNE PROPOSITION CONCURRENTTE ET DEFENDRE SON PRIX

OBJECTIFS :

Face à un client difficile qui nous met en concurrence
Défendre sa proposition et traiter les objections du client
Savoir parler d'argent de façon naturelle et positive

CONTENU :

Le prix : une zone de conflit potentielle, Comment se préparer pour passer au mieux cette zone de turbulence

- Origine des situations conflictuelles.
- Analyse des origines des conflits
- Différentes types d'approche comportementales
- Les facteurs clés de succès

Le traitement des objections:

- Identifier les différents types d'objections et les analyser
- Les méthodes de traitement des objections
- Savoir utiliser la bonne méthodes selon les situations

Savoir parler d'argent:

- La relation à l'argent
- Parler d'argent sans gêne : conditions et méthodes
- Que répondre au client qui dit « c'est cher ».
- Comment traiter le client qui arrive avec une proposition -30 %

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Méthodes actives basées sur la mise en situation, les échanges d'expériences et des exercices individuels et de groupe. Utilisation de la vidéo.
- Document de synthèse remis à chaque participant

PUBLIC Toutes personnes en relation client et notamment, celles concernées par la discussion des honoraires avec ses clients, en particulier les responsables de dossiers et les Experts Comptables.

DURÉE 1 jour

FORMATION DE FORMATEUR

TECHNIQUES D'ANIMATION

OBJECTIFS :

Acquérir une méthode pour concevoir, réaliser et animer des actions de formation.

Connaître les règles d'instrumentation des actions de formation et utiliser de façon pertinente les nouvelles technologies de la formation

CONTENU :

Les principes de base d'une pédagogie efficace

- Le points sur les pratiques
- Les facteurs clés qui facilitent ou gênent la motivation, la compréhension et la mémorisation

Structurer une action de formation

- Identifier les motivations d'un public en situation d'apprentissage
- Raisonner en termes d'objectifs pédagogiques
- Différencier les objectifs pédagogiques du contenu et des moyens pédagogiques
- Développer une progression pédagogique pertinente et cohérente

Identifier les principales démarches pédagogiques

- Distinguer les méthodes : centrées sur la parole, centrées sur l'action
- Utiliser les méthodes en fonction des objectifs et des publics

Choisir les supports pédagogiques adaptées aux méthodes

- Repérer les spécificités d'utilisation des différents supports : tableau papier, vidéo, diapositives, support stagiaire, guide du formateur
- Identifier l'intérêt et les contraintes des nouvelles technologies de formation
- Déterminer le moment et les modes d'utilisation

METHODE PEDAGOGIQUE :

- Groupe de 8 à 10 personnes,
- Méthode active basée sur les échanges d'expériences, des tests individuels et des jeux de rôles magnétoscopés
- Apports didactiques
- Remise d'un document de synthèse et bibliographie

PUBLIC Toute personne souhaitant conduire des actions de formation

DUREE 2 Jours + module de perfectionnement 2 jours

GAGNER EN PRODUCTIVITE POUR RESTER COMPETITIF

OBJECTIFS :

Mettre à plat l'organisation du cabinet et les méthodes de travail afin d'améliorer l'efficacité des collaborateurs (Moins de temps passé, plus de résultat, plus de qualité).

Mettre en œuvre les changements permettant le développement de la productivité

CONTENU :

Diagnostic de la situation actuelle

- Analyse du mode de production
- Détermination des gisements de productivité
- Analyse des problèmes spécifiques
- Analyse des problèmes transversaux

Identification des causes de pertes de productivité (organisation, méthodes, techniques, système d'informations, comportements, etc.)

- Analyse des causes
- Recherche de solutions pour chaque cas recensé
- Conditions de succès, facteurs d'échec
- Élaboration d'indicateurs de suivi de la productivité

Mise en œuvre opérationnelle du projet d'optimisation :

- Stratégie de management du projet
- Fixation des objectifs à atteindre
- Modalités de suivi des plans d'Action individuels
- Mesure et suivi des résultats

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- D'abord et avant tout active, elle part de situations vécues par vous-même et sur lesquelles nous apportons notre savoir-faire (nous vous demandons d'apporter des cas concrets).
- La méthodologie et les outils sont abordés en formation / action.

PUBLIC Toutes personnes ayant en charge ou souhaitant mettre en œuvre une démarche d'amélioration de la productivité dans son cabinet.

DUREE 1 jour

AMÉLIORER LA PERFORMANCE DU SERVICE SOCIAL

OBJECTIFS :

Identifier et mettre en œuvre les diverses solutions permettant de :

- Structurer et optimiser la fonction Social au sein du cabinet
- Aider les collaborateurs à gérer avec sérénité la relation avec le client
- Mettre en œuvre les changements afin d' améliorer la performance du service

CONTENU :

Quel type d' organisation pour votre cabinet aujourd' hui:

- Diagnostic et choix d' organisation
- Détermination des gisements de productivité
- Analyse des problèmes spécifiques

Identification des dysfonctionnements, des causes de pertes de productivité et de stress (organisation, méthodes, techniques, comportements, relation avec le client, etc.)

- Analyse des causes
- Recherche de solutions pour chaque cas recensé
- Conditions de succès, facteurs d' échec
- Élaboration d' indicateurs de suivi de la productivité

Plan d' amélioration :

- Conduire le projet et fixer les objectifs à atteindre
 - optimiser l' organisation collective et individuelle
 - formaliser les modes opératoires
 - manager les collaborateurs pour leur permettre de s' adapter et d' évoluer
- Mesurer les changements

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Groupe de 12-15 participants
- Méthode très active basée sur les situations vécues par vous-mêmes et sur les échanges d' expériences, sur lesquels nous apportons notre savoir-faire.
- La méthodologie et les outils sont abordés en formation / action.

PUBLIC Toutes personnes ayant en charge l' organisation et l' animation du service social et souhaitant l' améliorer dans son cabinet.

DURÉE 1 jour

LE SECRETARIAT PERFORMANT

1/ Etre une secrétaire efficace et organisée

Analyser toutes les sources de pertes d'efficacité et de temps et trouver les solutions pour développer sa performance

2/ Jouer un rôle dans l' image du cabinet

Première image au téléphone et quand le client passe la porte du cabinet, Comment veiller en permanence à véhiculer une image positive du cabinet

3/ Jouer un rôle dans le développement du cabinet

A l'heure où les cabinets développent des actions de communication pour promouvoir leurs services et missions auprès des clients, les secrétaires entrent en jeu dans un nouveau rôle d'assistance commerciale

LE SECRETARIAT PERFORMANT

Etre une secrétaire efficace et organisée – 1/3

OBJECTIFS :

- Améliorer l'efficacité du poste secrétariat dans un cabinet d'expertise-comptable et/ou de commissariat aux comptes
- Optimiser la gestion de son temps et de son environnement
- Réviser des incontournables en matière d'organisation et d'initiatives...

CONTENU :

Les métiers du cabinet :

- Expert-comptable, commissaire aux comptes, conseil... aujourd'hui : Qualité, orientation client, productivité
- Les instances professionnelles et le contexte normatif : responsabilité, secret professionnel, obligations et devoirs, missions

La fonction de secrétaire :

- Missions, tâches et compétences
- Construire une relation de qualité avec son responsable
- Les nouvelles orientations de la fonction dans la profession comptable

Organisation et gestion du temps :

- Analyse, Repérage et traitement des « bouffe temps »
- Gagner du temps à son bureau, avec son manager, avec les collaborateurs, au téléphone ou à l'accueil, dans la réalisation de ses tâches
- L'organisation des planning et déplacements : comment les prévoir, avion, train, hôtels, moyens d'optimiser l'efficacité pour ce faire
- Les outils informatiques et bureautiques : optimiser leur utilisation

L'archivage et le classement : règles, utilisation pratique, la documentation

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Méthode pratique basée sur des apports culturels, méthodologiques et l'échange d'expériences. Thèmes et cas pratiques en liaison avec le quotidien du cabinet.

PUBLIC Toutes les secrétaires du cabinet ou les personnes amenées à tenir ce rôle

DURÉE 1 jour

LE SECRETARIAT PERFORMANT

Jouer un rôle dans l' image du cabinet – 2/3

OBJECTIFS :

Améliorer l' efficacité du poste secrétariat dans un cabinet d' expertise - comptable et/ou de commissariat aux comptes

Valoriser activement l' image du cabinet

Renforcer son aisance face aux situations délicates de l' accueil

CONTENU :

Identifier les enjeux :

- Les nouvelles exigences des clients en matière d' accueil et de qualité de service
- S' organiser pour concilier standard, accueil, et autres tâches

Soigner l' image offerte aux visiteurs :

- Comprendre les mécanismes psychologiques liés à l' accueil
- Réussir le premier contact
- Veiller à la qualité des espaces de réception

Gérer le téléphone en vrai professionnel :

- Annoncer et valoriser le cabinet
- Identifier avec tact et précision
- Utiliser les bons mots pour mettre en attente, transférer , orienter
- Prendre un message précis et complet

Traiter les situations délicates :

- Gérer les priorités entre téléphone, accueil des visiteurs et demandes internes
- Cadrer dès le départ les situations délicates : usage de la rigueur et de la fermeté
- Savoir traiter les situations difficiles en canalisant ses émotions

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Méthodes participatives et travaux de groupe. Exemples « très terrain » et cas issus de la réalité et de la pratique professionnelle des intervenants. Recherche de solutions nouvelles en groupe.
- Document de synthèse remis à chaque participant

PUBLIC Toutes les secrétaires du cabinet ou les personnes amenées à tenir ce rôle

DURÉE 1 jour

LE SECRETARIAT PERFORMANT

Jouer un rôle dans le développement du cabinet – 3/3

OBJECTIFS :

- Améliorer l'efficacité du poste secrétariat dans un cabinet d'expertise - comptable et/ou de commissariat aux comptes
- Optimiser les résultats des actions de communication du cabinet
- Savoir gérer une relation de type commerciale au téléphone

CONTENU :

Evolution du métier et rôle commerciale de la secrétaire

- Les nouvelles possibilités de communication de la profession
- Les types de missions confiées aux secrétaires

La relation commerciale par téléphone

- La prise de contact
- Savoir poser les bonnes questions pour recueillir les informations clé
- Déterminer et valider les attentes et motivations
- Développer une argumentation motivante
- Traiter les objections
- Conclure l'entretien et obtenir un accord

Surmonter les obstacles

- Organiser l'action de manière efficace : fichier et guide d'entretien
- Franchir les barrages
- Trouver le bon interlocuteur
- Garder l'initiative de la relance et de la suite à donner

Assurer le suivi des actions

- Conduire des entretiens de fidélisation
- Relancer des clients dormants et réactiver des propositions en attente
- Saisir et susciter des occasions d'appel

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Méthodes actives basées sur la mise en situation, les échanges d'expériences et des exercices individuels et de groupe. Utilisation de la vidéo.
- Document de synthèse remis à chaque participant

PUBLIC Toutes les secrétaires du cabinet ou les personnes amenées à tenir ce rôle

DURÉE 1 jour

RENTABILISER ET RENDRE PERFORMANTE

L'ACTIVITE CONSEIL DU CABINET

OBJECTIFS :

- Professionnaliser la démarche conseil du cabinet
- Développer le conseil de manière efficace et pragmatique

CONTENU :

Comprendre les caractéristiques de l'activité conseil

- Caractéristiques et Typologie du conseil
- Place du conseil dans l'évolution de la demande des clients

Positionner l'activité conseil :

- Place du conseil dans la stratégie du cabinet : les composantes du choix
- Marketing des missions de conseil
- Bâtir une offre de conseil (produits, savoirs faire ...)
- Savoir étudier son marché
- Les fondamentaux de la vente du conseil en cabinet

Organiser l'activité conseil :

- Les différents types d'organisation : atouts et handicaps pour le conseil
- Organisation de la spécialisation et gestion des compétences
- Profils de collaborateurs : évolution, comportements souhaités
- Organisation de la démarche commerciale

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Groupe de 12 à 15 personnes,
- Méthode active basée sur les échanges d'expériences, des tests individuels sur le cabinet, des exercices en sous-groupes
- Apports conceptuels et outils d'aide à la réflexion
- Remise d'un document de synthèse

PUBLIC Dirigeants de cabinets

DURÉE 1 à 2 jours selon programme

DÉVELOPPER UNE ATTITUDE DE CONSEIL DANS L'ENSEMBLE DU CABINET

OBJECTIFS :

Créer un état d'esprit favorable au développement de l'activité conseil.
Renforcer l'image du cabinet auprès de ses clients.

CONTENU :

Comprendre les caractéristiques de l'activité conseil

- Prestation intellectuelle : immatérialité, co-production...
- Les niveaux du conseil et typologie des missions
- Similitudes et différences avec l'activité traditionnelle
- Place du conseil dans l'évolution de la Profession
- Conseil ou Expert, quelle différence ?

Identifier les freins au conseil :

- Psychologie et comportement des collaborateurs
- Manque d'utilisation des outils disponibles
- Manque de rigueur marketing et commerciale
- Le temps disponible
- La stratégie et l'engagement

Développer une démarche rigoureuse et continue :

- Collective : définition d'une offre concrète et structuration de la production correspondante, communication interne/externe, supports de vente opérationnels, management et suivi
- Individuelle : adapter le rôle de chaque collaborateur à son propre potentiel relationnel et technique en matière de conseil, développer une démarche de soutien individualisée appuyée sur un plan d'action...

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Groupe de 12 à 15 personnes,
- Méthode active basée sur les échanges d'expériences, des tests individuels sur le cabinet, des exercices en sous-groupes
- Apports conceptuels et outils d'aide à la réflexion
- Remise d'un document de synthèse

PUBLIC Dirigeants de cabinets et managers d'équipe

DURÉE 1 jour

LETTRÉ DE MISSION ET NÉGOCIATION

OBJECTIFS :

Transformer l'obligation de la lettre de mission en opportunité pour la gestion de la relation client. Savoir construire la lettre de mission, la présenter aux anciens et aux nouveaux clients.

CONTENU :

NOUVEAUX CLIENTS

Savoir recueillir les bonnes informations

- Préparation de l'entretien de collecte des informations nécessaires à la réalisation de la proposition de mission.
- Conduite de l'entretien de découverte : thématiques, déroulement pour identifier les motivations du client et savoir différencier le cabinet

Rédiger la proposition et présenter la lettre de mission

- Préparation, structure, rédaction de la lettre de mission
- Formalisation : comment faire la différence ?
- Présentation et négociation
- Oser conclure

ANCIENS CLIENTS

Transformer l'obligation en opportunité

- Segmentation des clients selon divers critères : rentabilité, potentiel de développement, caractère et comportement, ancienneté au cabinet...
- Définition d'une stratégie par segment : méthode, acteurs, discours d'approche...
- Plan d'action avec méthode de suivi
- Rappel des grands principes de l'entretien selon les situations
- Sensibilisation des collaborateurs

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Méthodes actives basées sur la mise en situation, les échanges d'expériences et des exercices individuels et de groupe. Utilisation de la vidéo.
- Document de synthèse remis à chaque participant

PUBLIC Toutes personnes concernées par l'action commerciale et la vente de missions de conseil, en particulier les responsables de dossiers et les Experts Comptables.

DURÉE 1 jour

« COACHER » LE DIRIGEANT DE PME

Une mission à valeur ajoutée

OBJECTIFS :

Identifier le concept de "coaching"

Professionaliser l'accompagnement du Dirigeant par son Expert-Comptable

Favoriser le Développement d'une mission structurée.

CONTENU :

Pourquoi ce besoin aujourd'hui ...

- Solitude du Dirigeant de PME face à un univers plus complexe
- Meilleure maîtrise des techniques d'accompagnement au travers des expériences du coaching sportif

Les diverses applications du "coaching" dans l'entreprise :

- Coaching et stratégie
- Coaching et management des hommes
- Formalisation de l'intervention de coaching

Coacher c'est observer et écouter :

- Être sensible aux processus d'apprentissage
- Repérer les modes de communication et d'évolution
- Maîtriser l'écoute active

Conduire les entretiens de soutien :

- Caractéristiques de ce type d'entretien, différence avec le conseil d'expertise
- Moments-clé d'application
- Structure et méthode de conduite

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Groupe de 8 à 10 personnes,
- Méthode active basée sur les échanges d'expériences, des tests individuels et des jeux de rôles magnétoscopés
- Apports didactiques
- Remise d'un document de synthèse et bibliographie

PUBLIC Dirigeants de cabinets

Tout collaborateur développant du conseil de direction

DURÉE 1 à 2 jours selon programme

ACCOMPAGNER SON CLIENT POUR BATIR SA STRATEGIE

OBJECTIFS :

Découvrir une méthodologie de construction et de conduite du projet stratégique dans une petite entreprise et permettre au dirigeant de rationaliser sa démarche

CONTENU :

Comprendre le contexte et les enjeux de sa Profession

- Évolution de l'environnement client : comportement, nouveaux besoins...
- Évolution de l'environnement interne de l'entreprise
- Evolution des services et évolution du métier
- Influence des évolutions technologiques
- Se positionner dans l'environnement concurrentiel

Développer une démarche de projet stratégique pragmatique :

- Construire sa vision, commune avec ses associés (éventuels)
- Se fixer des objectifs à 3/5 ans
- Connaître les étapes fondamentales de la démarche: analyse du potentiel interne (organisation, production, développement ...), orientations stratégiques, plans d'action...
- Mettre en œuvre les conditions de la réussite : orientations claires, précision des rôles et responsabilités, implication des collaborateurs, accompagnement, suivi et contrôle...

Principaux outils et supports : Présentation

- La démarche « Trident » : matrice MOFF – Prospective régressive – Aide aux choix stratégiques
- Les plans d'actions opérationnels
- La communication interne sur le projet

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Méthodes pratiques basées sur des réflexions individuelles et collective, des apports culturels, méthodologiques et l'échange d'expériences
- Document de synthèse remis à chaque participant

PUBLIC Experts Comptables, Dirigeants d'entreprise

DUREE 1 à 2 jours selon programme

RÉUSSIR LES ENTRETIENS DE BILAN

Pour développer les missions de conseil

OBJECTIFS DE PERFORMANCE :

Développer un facteur stratégique de différenciation

Fidéliser le client par cette opportunité de rencontre

Développer la performance du cabinet dans les missions de conseil

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES :

- Organiser, gérer et suivre les entretiens de présentation des bilans
- Comprendre et découvrir des outils d'accompagnement d'une démarche globale d'organisation en cabinet
- Perfectionner ses qualités relationnelles

CONTENU :

L'entretien de bilan : Un moment privilégié de la relation avec le client

- Outils et techniques pour présenter le bilan
- Définir et hiérarchiser les cibles clients
- Se préparer pour être performant
- **Optimiser le rendez vous de présentation du bilan**
- Avant l'entretien : comment préparer le client
- Pendant l'entretien : comment intéresser son client
- Après l'entretien : comment capitaliser et suivre l'information recueillie

Utiliser L'entretien de bilan pour cerner les attentes des clients et présenter les savoir faire du cabinet

- Faire le point sur les projets du clients
- Poser les bonnes questions et comprendre ses attentes
- Cerner l'envie d'acheter et les degrés d'urgence
- Savoir présenter au bon moment les savoir faire du cabinet
- Argumenter, répondre aux objections et conclure son entretien commercial
- Positionner le budget de la mission de conseil en complément de la lettre de mission annuelle

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

Méthodes pratiques basées sur des apports culturels et méthodologiques
Echanges d'expériences entre participants.

Proposition de modèles et documents types pour illustrer les différentes phases

PUBLIC :

Chefs de missions et responsables de dossiers

DUREE 1 jour

METTRE EN ŒUVRE

LA FORCE DE VENTE DU CABINET

OBJECTIFS :

Structurer, organiser et animer la fonction commerciale du cabinet.

Construire une action commerciale cohérente, simple et efficace avec les collaborateurs

CONTENU :

Les acteurs :

- Constituer une équipe de collaborateurs « commerciaux », sous la responsabilité de l'Expert Comptable (Premier « vendeur » du Cabinet).
- Définir les rôles et responsabilités

L'offre du cabinet

- Identifier rapidement les savoir-faire
- Construire une offre homogène adaptée aux besoins des clients et aux compétences du Cabinet

Les cibles

- Sélectionner les dossiers clients les plus « acheteurs »
- Identifier les besoins à satisfaire
- Déterminer les priorités

La dynamique commerciale

- Fixer des objectifs individuels et collectifs
- Suivre l'action commerciale dans le temps
- Évaluer les résultats
- Motiver et stimuler
- Mettre en œuvre le tableau de bord commercial.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Méthodes actives basées sur la mise en situation, les échanges d'expériences et des exercices individuels et de groupe. Utilisation de la vidéo.
- Outils opérationnels
- Document de synthèse remis à chaque participant

PUBLIC Toutes personnes concernées par la mise en œuvre d'une action commerciale, en particulier les responsables de dossiers et les Experts Comptables.

DURÉE 1 à 4 jours selon programme

NOUVELLE DEONTOLOGIE

CONCURRENCE PLUS VIVE

Saisir les opportunités et combattre les risques

OBJECTIFS :

Donner une vision d'ensemble de la problématique développement du cabinet
Professionaliser l'approche marketing/communication du cabinet
Permettre la mise en place au sein du cabinet d'une démarche :
structurée, efficace et motivante

CONTENU :

Développement du cabinet

une approche globale : de la stratégie au marketing

- Réflexion stratégique : étapes, facteurs-clé de réussite mais aussi pièges à éviter
- Marketing du cabinet : méthodes et outils
- acteurs : rôles et responsabilités de la conception à la mise en oeuvre

Développement du cabinet :

une approche professionnelle de la communication

- nouvelle déontologie : risques et opportunités pour le cabinet
- image et positionnement : rappel des notions de base
- stratégie de communication du cabinet : élaboration, déclinaison en plan d'action
- supports et outils : nature, utilité et utilisation... ingénierie
- suivi et mesure des résultats

Développement du cabinet :

une approche managériale pour être efficace dans la durée

- organisation de la fonction développement :marketing et communication
- création et animation d'un « cabinet communicant »

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Groupe de 12 à 15 personnes
- Méthode active basée sur les échanges d'expériences et un premier niveau de mise en pratique sur son cabinet
- Apports conceptuels et méthodologiques
- Remise d'un document de synthèse

PUBLIC Dirigeants et responsables de cabinets

DURÉE 1 jour

LES NOUVELLES POSSIBILITÉS EN MATIÈRE DE COMMUNICATION : vecteurs de développement du cabinet

OBJECTIFS :

Découvrir les nouveaux champs offerts par les récentes réformes en matière de communication des cabinets et se rendre compte que certaines sont accessibles sans budgets très importants,

Savoir comment les optimiser et les rendre efficaces, comment organiser les actions sur le terrain.

CONTENU :

L' esprit de la réforme :

- Communication vers les clients et la publicité :différences
- La communication est utile dans le monde économique d' aujourd' hui

Tout le monde communique avec ses clients:

- Les lettres de missions et compte-rendus de missions,
- Les factures, les bilans, les cartes de vœux,
- Le standard, la salle d' attente,
- Le relationnel d' affaires et nos clients, prescripteurs...
- Comment en faire des vecteurs de communication commerciale.

Les outils de commercialisation assez classiques :

- Les plaquettes : plaquette produits ou institutionnelle,
- Le site web,
- Les lettres d' informations, circulaires, journaux, ...

Les possibilités plus larges qui sont maintenant ouvertes :

- La tenue de réunions d' informations, les articles dans la presse, le mécénat, la participation à des colloques, conférences, salons, ...

Les limites de la communication autorisée

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Groupe pouvant aller jusqu' à 20 personnes
- Méthodes participatives et travaux de groupe. Exemples « très terrain » et cas issus de la réalité et de la pratique professionnelle des intervenants. Recherche de solutions nouvelles en groupe.
- Document de synthèse remis à chaque participant

PUBLIC Experts-comptables, chefs de groupe en charge de dossiers,
Toutes les personnes concernées par la relation avec les clients.

DURÉE 1 jour

BATIR SON PLAN DE COMMUNICATION EXTERNE

OBJECTIFS :

Donner aux dirigeants et acteurs du cabinet les outils et méthodes très concrètes pour maîtriser la communication externe du cabinet et bâtir son plan à moyen terme

CONTENU :

Rappel du contexte

- Les derniers textes déontologiques et les consignes ordinales
- Les opportunités pour le cabinet
- Les principales modalités d' action
- Communication et stratégie du cabinet

Construire la présentation du cabinet

- Le discours de présentation et le concept de communication
- Les supports-type : positionnement/utilité, avantages et inconvénients
- La construction des supports : charte graphique, site, plaquette, modalités internes, gestion des prestataires externes

Organiser l' animation clientèle

- Les « bons » moyens en lien avec la stratégie du cabinet : savoir les choisir
- L' organisation des manifestations : préparer, animer, suivre... sensibiliser les acteurs du cabinet
- La construction et le déploiement des lettres d' informations, notes diverses, de l' outil spécifique à celui proposé par le marché

Organiser la présence « médiatique »

- La gestion de la presse : avantages et pièges, risques et tentations, bonne utilisation de l' outil en comprenant mieux le fonctionnement du monde journalistique
- Les colloques, congrès...: savoir les repérer et les choisir, savoir proposer son intervention, savoir en utiliser les retombées

Coordonner et évaluer

- Le plan de communication : principes de construction et de suivi
- Le tableau de bord d' évaluation

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Groupe de 12 à 15 personnes
- Méthode active basée sur les échanges d' expériences et des exemples et un premier niveau de mise en pratique sur son cabinet
- Apports très concrets : outils, méthodes
- Remise d' un document de synthèse

PUBLIC Dirigeants et responsables de cabinets

DURÉE 1 à 2 jours selon programme

CONDUIRE UN ENTRETIEN DE VENTE

OBJECTIFS :

Réussir les entretiens de vente d'un «Produit-Conseil » ou d'une mission sur mesure.

Connaître et maîtriser les techniques de vente et développer son impact de communicateur.

CONTENU :

La préparation de l'entretien de vente d'une mission

- Les attitudes et les comportements « Conseil »
- La permanence de l'action commerciale dans la relation Conseil
- La préparation des rendez-vous « clients » ou « prospects »

La détection des besoins du client

- L'ouverture sur la découverte des centres d'intérêt du Chef d'entreprise
- L'écoute et le renforcement de ses préoccupations
- L'analyse et la compréhension du besoin

L'élaboration d'une proposition adaptée aux besoins et attentes du client

- La définition et la présentation de la mission
- La séduction d'une argumentation motivante
- La réponse à ses résistances
- L'art et la manière de parler de prix

La conclusion de l'entretien de vente

- La conclusion de la vente de la mission
- Les méthodes pour conclure rapidement

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Méthodes actives basées sur la mise en situation, les échanges d'expériences et des exercices individuels et de groupe. Utilisation de la vidéo.
- Document de synthèse remis à chaque participant

PUBLIC Toutes personnes concernées par la discussion des honoraires avec ses clients, en particulier les responsables de dossiers et les Experts Comptables.

DURÉE 1 à 2 jours selon programme

VALORISER SES MISSIONS

AU MEILLEUR PRIX

OBJECTIFS :

Face à un client qui change, s'armer pour défendre le prix de son service.

Face à une concurrence active, apprendre à valoriser son service et exprimer sa différence.

CONTENU :

Le prix : Auto-diagnostic des modes de fonctionnement dans la gestion de la relation client et du prix

- Origine des situations conflictuelles.
- Analyse des résistances du client et du vendeur.
- Clarification du service.
- Anticipation dans la relation sur le prix.
- Construction d'une stratégie qui favorise la vente et minimise les risques d'impayés.

Les diverses situations client/fournisseurs autour du prix :

- Développer l'art et la manière de parler du prix.
- Ce que le client achète vraiment dans le prix qu'il paie.
- A quel moment parler du prix.
- La manière de présenter le prix.
- Que répondre au client qui dit « c'est cher ».
- Comment gérer un client qui annonce une proposition « 30 % » moins chère.
- Comment relancer un client qui ne paie pas.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Méthodes actives basées sur la mise en situation, les échanges d'expériences et des exercices individuels et de groupe. Utilisation de la vidéo.
- Document de synthèse remis à chaque participant

PUBLIC Toutes personnes concernées par la discussion des honoraires avec ses clients, en particulier les responsables de dossiers et les Experts Comptables.

DURÉE 1 jour

BATIR UNE OFFRE DE SERVICES QUI VALORISE LE CABINET

OBJECTIFS :

Connaître et maîtriser l'approche marketing adaptée au cabinet

Acquérir une méthodologie de construction de l'offre de service

Découvrir les principes d'une action commerciale liée à l'offre du cabinet

CONTENU :

Contexte et enjeux du marketing dans la Profession Comptable

- Evolution de l'environnement client, comportements et nouveaux enjeux
- Evolution de l'environnement interne du cabinet : du comptable au conseil
- De l'évolution des missions à l'évolution du métier

Construire une offre adaptée au cabinet et à son marché

- L'offre comptable, l'offre sociale
- Les produits conseils
- Les compétences et savoirs faire
- L'offre des partenaires

Démarche marketing et efficacité du cabinet

- Conditions de réussite : orientations claires, précision des rôles et responsabilités, accompagnement, suivi, contrôle et évolution
- Étapes fondamentales de la démarche: analyse du potentiel, orientations stratégiques, déclinaison du couple clients/missions, plan d'action...

Principaux outils et supports

- La base de données clients
- La présentation de l'offre
- L'ingénierie de communication du cabinet et le plan d'action
- Le tableau de bord marketing/commercial

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Méthodes actives basées sur l'apport de méthodologie, les échanges d'expérience. Le participant commence à construire effectivement son offre.
- Document de synthèse remis à chaque participant

PUBLIC Dirigeants de cabinet et encadrement

DUREE 1 à 2 jours selon programme

STRUCTURER LE CABINET ET CRÉER UNE CULTURE MANAGERIALE

OBJECTIFS :

Adapter la structure et le management du cabinet aux évolutions de la Profession

Créer une culture managériale cabinet applicable à tous les niveaux de responsabilité

CONTENU :

Du cabinet à l'entreprise...

- Difficultés liées à l'organisation des cabinets aujourd'hui
- Cabinet et entreprise : quelles différences
- Mauvaise organisation : un frein au développement et à l'efficacité

Principes d'une structuration du cabinet

- Un lien étroit avec le Projet du cabinet et le choix d'exercice professionnel
- Les principaux types de structures : leurs avantages et leurs inconvénients
- Les composantes du choix pour le dirigeant

Culture managériale : facteur-clé d'efficacité

- Les strates du système managérial du cabinet : attentes réciproques entre les strates, rôle dans la structure... profils adéquates
- Les principes managériaux du cabinet : valeurs, règles du jeu, communication interne, gestion des compétences, principes évaluation...
- L'animation des équipes d'encadrement : suivi, évaluation, coaching par les dirigeants
- La communication interne autour de la création de la fonction encadrement/management

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Méthodes pratiques basées sur des exemples, des apports culturels, méthodologiques et l'échange d'expériences
- Document de synthèse remis à chaque participant

PUBLIC Associés et dirigeants. Cabinets en mutation.

DURÉE 1 jour

PERFECTIONNER SON STYLE DE MANAGEMENT

OBJECTIFS :

Connaître et optimiser son style de management pour développer sa performance et celle de ses collaborateurs au quotidien

CONTENU :

Les différents rôles du manager par rapport aux enjeux actuels et aux pratiques managériales de son cabinet

- Les 9 règles d'un management performant
- Différencier le management du commandement
- Identifier les paramètres permettant d'améliorer sa performance de manager

Clarifier et développer ses styles personnels pour une plus grande efficacité managériale

- Les 10 styles de management
- Les styles efficaces et les styles inefficaces
- Le style principal et le style de rechange
- Auto-diagnostic de son propre style de management
- Comprendre et améliorer son propre style
- Les effets des styles sur le comportement des collaborateurs

Se donner des priorités et construire son plan d'action personnel

- Identifier ses points forts et ses lacunes
- Établir des priorités de changement dans son style de management
- Déterminer la progressivité du plan d'action
- Mettre en place des indicateurs de performance managériale

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Méthodes pratiques basées sur des auto-diagnostics individuels, des apports culturels, méthodologiques et l'échange d'expériences
- Document de synthèse remis à chaque participant

PUBLIC Toutes personnes concernées par l'encadrement d'équipe et le management des individus.

DURÉE 1 à 2 jours selon programme

LES CLES D' UN MANAGEMENT GAGNANT GAGNANT

OBJECTIFS :

Connaître les bases de l' animation d' une équipe; savoir diagnostiquer une situation managériale et y apporter la solution optimum; développer la performance et la motivation de ses collaborateurs dans une relation gagnant gagnant

CONTENU :

Bâtir une équipe performante

- Comprendre le fonctionnement d' une équipe de travail
- Définir les fonctions pour responsabiliser
- Élaborer les règles du jeu pour se doter de points de repères communs
- Déléguer ses attributions en impliquant ses collaborateurs
- Savoir gérer le pouvoir de tous
- Formaliser des objectifs individuels et collectifs
suivre et contrôler

Développer la motivation

- Comprendre le processus de construction de la motivation
- Savoir identifier dans chaque collaborateur les éléments de sa motivation
- Personnaliser l' action du manager en l' inscrivant dans une logique d' équipe

Se donner des priorités et construire son plan d' action personnel

- Identifier ses points forts et ses lacunes
- Établir des priorités de changement dans son management d' équipe
- Déterminer la progressivité du plan d' action
- Mettre en place des indicateurs de sa performance managériale

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Méthodes pratiques basées sur des travaux individuels, des apports culturels, méthodologiques et l' échange d' expériences
- Document de synthèse remis à chaque participant

PUBLIC Toutes personnes concernées par l' encadrement d' équipe et le management des collaborateurs.

DURÉE 1 à 2 jours selon programme

DEVELOPPER UN « RECRUTEMENT DURABLE »

OBJECTIFS :

Mieux répondre aux enjeux d'un environnement moins favorable en développant :

- un recrutement plus professionnel
- une politique de fidélisation des talents

CONTENU :

Comprendre l'évolution des comportements :

- Les grandes mutations du rapport au travail et les nouvelles motivations
- L'image de la Profession et ses conséquences pour le recrutement

Construire une stratégie de recrutement :

- L'identification des besoins : compétences pour aujourd'hui et pour demain mais aussi tous autres apports en lien avec la stratégie et le potentiel interne actuel du cabinet
- Les facteurs-clé qui influencent le recrutement du point de vue du marché de l'emploi
- Les caractéristiques d'un profil et la présentation du poste, du cabinet...
- Le choix : prestataire externe ou non, supports...mais aussi appui sur les équipes existantes
- Le lancement et le suivi du processus

Rendre le recrutement durable ou savoir intégrer et fidéliser les talents :

- Comprendre le processus de construction de la motivation
- Mettre en adéquation l'image « vendue » du cabinet et la réalité vécue
- Construire un processus d'intégration : de l'accueil jusqu'à l'évaluation en fin de période d'essai
- Utiliser l'œil neuf du nouvel arrivant
- Construire des parcours professionnels d'évolution dans la durée

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Méthodes pratiques basées sur des travaux individuels, des apports culturels, méthodologiques et l'échange d'expériences, exemples pratiques
- Document de synthèse remis à chaque participant

PUBLIC Dirigeants de cabinet, managers.

DURÉE 1 jour

« COACHER » SES COLLABORATEURS POUR LES FAIRE ÉVOLUER

OBJECTIFS :

Mettre le cabinet et ses collaborateurs dans un système dynamique d'évolution et d'adaptation permanente

Maintenir un niveau de compétence toujours en adéquation avec le marché

CONTENU :

Comprendre le contexte :

- Le changement et ses constantes
- Les évolutions sociologiques et du rapport au travail
- La compétence facteur majeur de différenciation et de développement
- Le « coaching » sportif et ses différences avec le management

Faire évoluer ses collaborateurs, une fonction majeure du Manager :

- Coach sportif et manager : similitudes et différences
- Évolution et processus d'apprentissage
- Évolution et environnement de travail
- Évolution et encadrement de l'équipe

Savoir conduire les entretiens de soutien :

- Caractéristiques de ce type d'entretien, différence avec le suivi et l'évaluation...
- Moments-clé d'application
- Structure et méthodes de conduite

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Groupe de 8 à 10 personnes,
- Méthode active basée sur les échanges d'expériences, des tests individuels et des jeux de rôles
- Apports didactiques
- Remise d'un document de synthèse et bibliographie

PUBLIC Dirigeants de cabinets
 Managers d'équipe

DURÉE 1 à 2 jours selon programme

COMMUNICATION INTERNE : vecteur de motivation et de fidélisation

OBJECTIFS :

Savoir créer une dynamique au sein du cabinet pour motiver et fidéliser ses collaborateurs.

Découvrir et savoir utiliser les outils de communication interne.

CONTENU :

Évaluer la communication au sein de votre cabinet aujourd' hui:

- Diagnostic de la communication interne
- Auto-diagnostic de son mode de communication personnel
- Identification des dysfonctionnements et des sources d' amélioration

Connaître les concepts de base de la communication interne:

- Information et communication
- Communication et stratégie du cabinet
- Communication et management

Rendre la communication performante:

- Structurer les messages: activité et vie du cabinet, perspectives...
- Adapter les outils à l' objectif recherché: intranet, supports papier, réunions...
- Préparer, animer et faire des réunions efficaces et agréables

Mettre en place un plan d' action

- Structurer le système de communication du cabinet
- Fixer les objectifs à atteindre en définissant des priorités et conduire le projet
- Mettre en place des indicateurs pour mesurer les changements.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Méthodes pratiques basées sur des auto-diagnostics individuels, des apports culturels, méthodologiques et sur l' échange d' expériences
- Document de synthèse remis à chaque participant

PUBLIC Dirigeants de cabinet
Managers d' équipe

DURÉE 1 jour

MENER DES ENTRETIENS INDIVIDUELS

OBJECTIFS :

Créer les conditions de l'échange authentique pour évaluer annuellement, sur des critères objectifs, l'activité professionnelle du collaborateur, dans une relation gagnant/gagnant.

CONTENU :

Comprendre le contexte :

- Les évolutions sociologiques et du rapport au travail
- Le changement et ses constantes comportementales

Les conditions matérielles de l'entretien

- La préparation d'un entretien
- Choisir le moment
- Créer les conditions d'un échange positif

Construire son entretien

- Le choix des critères d'appréciation
- Maîtriser les 7 étapes de l'entretien

Conduire son entretien avec efficacité

- Savoir créer le bon climat de l'entretien
- L'analyse objective des résultats
- L'utilisation du compliment et de la critique
- Savoir répondre aux objections
- Fixer des objectifs réalisables par le collaborateur
- Savoir gérer les situations difficiles

Le suivi annuel

- Déterminer un plan d'action
- Fixer les étapes du suivi
- Assurer un suivi favorisant le développement de l'autonomie
- Les critères de réussite de l'entretien annuel

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Méthodes pratiques basées sur des exercices individuels, des apports culturels, méthodologiques et l'échange d'expériences
- Document de synthèse remis à chaque participant

PUBLIC Dirigeants et chefs de bureau.

DURÉE 1 jour

BATIR LE PROJET DU CABINET

ET DEFINIR SA STRATEGIE

OBJECTIFS :

Acquérir une méthodologie de construction et de conduite du projet stratégique dans un cabinet d' Expertise Comptable petit ou moyen.

Permettre la mise en place d'une démarche structurée, efficace et motivante.

CONTENU :

Comprendre le contexte et les enjeux de la Profession

- Évolution de l'environnement client : comportement, nouveaux besoins...
- Évolution de l'environnement interne du cabinet: du comptable au consulting
- Evolution des missions et évolution du métier
- Influence des évolutions technologiques
- Se positionner dans l' environnement concurrentiel

Développer une démarche stratégique efficace :

- Construire sa vision et la vision commune des associés
- Savoir se fixer des objectifs à 3/5 ans
- Connaître les étapes fondamentales de la démarche: analyse du potentiel interne (organisation, production, développement ...), orientations stratégiques, plans d'action...
- Mettre en œuvre les conditions de la réussite : orientations claires, précision des rôles et responsabilités, implication des collaborateurs, accompagnement, suivi et contrôle...

Principaux outils et supports :

- La démarche « Trident » : matrice MOFF – Prospective régressive – Aide aux choix stratégiques
- L' analyse du potentiel du cabinet
- La communication interne sur le projet

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

- Méthodes pratiques basées sur des réflexions individuelles et collective, des apports culturels, méthodologiques et l' échange d' expériences
- Mise à disposition d' outils
- Document de synthèse remis à chaque participant

PUBLIC Dirigeants et associés

DURÉE 2 jours