

Executive Education **Programmes courts**

be distinctive[®]

ÉDITO

Dans le contexte économique et social actuel, les entreprises doivent s'adapter en permanence aux changements de leur environnement. En conséquence, pour les collaborateurs, le besoin de formation tout au long de la vie est fondamental. Tout au long de sa carrière, il est nécessaire d'entretenir et d'adapter ses compétences professionnelles et de compléter ses connaissances acquises en formation initiale.

Notre offre de formations courtes s'adresse à un collaborateur ou à un groupe de collaborateurs souhaitant monter en compétences et s'adapter aux évolutions de son métier et de son environnement. Elle repose sur l'expertise de nos enseignants-chercheurs, au fait par leurs travaux de recherche des meilleures pratiques de leur discipline et capables, en tant que spécialistes de la pédagogie, de transférer ces connaissances.

Sur la base de notre expertise, avec une approche scientifique, pédagogique et pragmatique, nous vous proposons également de développer pour votre entreprise, une formation «sur mesure» répondant à vos problématiques et besoins spécifiques.

Nous mettons à votre disposition les nouvelles méthodes et outils issus des travaux de recherche de nos experts dans leurs domaines respectifs, tout en les adaptant au contexte économique de votre entreprise et de votre domaine d'activité. Vous développerez ainsi de nouvelles aptitudes professionnelles pour optimiser vos ressources, faire face à vos enjeux actuels et à venir, et créer de la valeur.

Marie-Hélène BROIHANNE
Directrice déléguée Programmes Masters
Universitaires et Executive Education



SOMMAIRE

LEADERSHIP ET MANAGEMENT D'ÉQUIPE.....	1
• Intersession managériale.....	2
• Leadership créateur d'autonomie et de sens.....	3
• Manager d'équipe : des fondamentaux à l'agilité managériale.....	4
• Conflits d'équipe : comment les transformer en opportunités ?	5
STRATÉGIE ET ENTREPRENEURIAT.....	6
• Penser différemment sa stratégie par le business model.....	7
• Élaboration d'un plan de financement.....	8
MANAGEMENT ET TECHNIQUES DE VENTE.....	9
• Les fondamentaux de la vente.....	10
• Techniques commerciales avancées.....	11
• De manager commercial à leader commercial	12
• Manager les commerciaux des générations Y et Z.....	13
MARKETING ET DATA.....	14
• Pilotage de l'expérience client.....	15
• Tactiques de prix, perception et efficacité promotionnelle.....	16
• Appréhender ses marchés.....	17
• Data et big data : de la donnée à l'action marketing.....	18
• Data et big data : la chaîne de valeur des données dans l'organisation	19
• Data et big data : la conduite d'un projet data	20
GOVERNANCE D'ENTREPRISE ET FINANCE	21
• Jeunes repreneurs d'entreprises familiales	22
• Les fondamentaux de la gouvernance.....	23
• Administrateur bancaire.....	24
• Risques fiscaux et opportunités pour les sociétés à l'IS.....	25
• Maîtriser le vocabulaire financier en anglais	26

- Les clés pour comprendre l'information financière de l'entreprise.....27
- Psychologie de l'investisseur.....28

DIGITALISATION ET RH29

- La transformation digitale : le role des RH.....30
- La réputation en ligne.....31
- Performance individuelle au travail32

MANAGEMENT DE L'ŒNOTOURISME.....33

- Comment entreprendre dans l'œnotourisme ?34
- Digitalisation de l'entreprise vitivinicole.....35

MANAGEMENT DES CONNAISSANCES..... 36

- Manager les connaissances pour innover37

MANAGEMENT DE LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES38

- Donnez une dimension stratégique et managériale à la RSE.....39
- La RSE : nouveaux champs d'action pour les responsables ressources humaines.....40

MANAGEMENT INTERCULTUREL 41

- Comment améliorer son efficacité dans un contexte global ?42
- Make the best of your expatriation experience.....43

MANAGEMENT DES ACHATS 44

- Management des Achats : les fondamentaux.....45

MODALITÉS DES PROGRAMMES.....47

- Les modalités des programmes courts.....48



LEADERSHIP ET MANAGEMENT D'ÉQUIPE

INTERVISION MANAGÉRIALE

Objectifs

- Développer **mes compétences et mon efficacité managériales** dans l'organisation, l'unité et le poste que j'occupe actuellement
- Développer **l'efficacité organisationnelle de l'unité / du projet** dont je suis responsable

Programme

L'intervision managériale repose sur une approche de **formation-action**, centrée sur le **manager dans sa situation** et mobilisant l'**intelligence collective** du groupe de formation.

L'Intervision consiste à partir d'une problématique managériale apportée par l'un des participants (difficulté, projet, réussite ou autre) à mettre en œuvre des techniques d'analyse collective et à identifier des pistes d'actions efficaces pour la personne et son organisation. Les participants deviennent ainsi acteurs de leur formation.

- **Identifier les facteurs stratégiques de la situation**
- **Développer la zone de pouvoir personnel du manager dans sa situation**
- **Réfléchir avec d'autres sur sa pratique managériale actuelle**
Développer sa conscience dans et sur sa pratique
Accompagner la réflexion d'autrui
Développer son écoute et ses habilités de communication interpersonnelle
- **Construire un plan d'action individuel**

Les journées sont structurées autour d'une alternance de séances d'Intervision et d'apports conceptuels et techniques adaptés aux situations apportées par les participants.



Caroline
MERDINGER-RUMPLER

Maître de conférences

🔊 **BOOSTEZ VOS COMPÉTENCES MANAGÉRIALES GRÂCE À L'INTELLIGENCE COLLECTIVE!** 🗣️

Maître de conférences à l'EM Strasbourg, Docteur en Sciences de Gestion. Domaines de recherche et de formation : négociation, gestion de conflits, leadership et management d'équipe, intelligence collective, management hospitalier.

► **Durée : 8 jours**

► **Publics : Dirigeants, managers et entrepreneurs**

Tarif de la formation

à partir de **2600€** TTC/pers

LEADERSHIP CRÉATEUR D'AUTONOMIE ET DE SENS

Objectifs

- Créer une vision professionnelle ancrée sur ses besoins
- Transformer son management pour faire émerger l'engagement de ses collaborateurs

Programme

Cette formation vise à accompagner la transformation des managers et des dirigeants dans le nouveau paradigme motivationnel du sens, de l'autonomie et du plaisir d'apprendre.

L'approche pédagogique repose sur l'expérimentation individuelle et collective conduisant à la création de connaissances et de compétences sur le thème du leadership créateur de sens.

Elle permet une transformation des représentations professionnelles des participants dans un processus en U (Scharmer, MIT).

Les concepts et approches retenus dans le cadre de cette formation s'inspirent d'une combinaison des mouvements contemporains de libération des organisations (Getz, Laloux, Senge) alliée au coaching d'équipes développé par Team Academy.

Jour 1

- Apprendre de son parcours de manager et de dirigeant.
- Découvrir ses **besoins de croissance** pour grandir dans sa pratique managériale.
- Créer sa **vision professionnelle porteuse de sens**
- Développer sa connaissance de soi, sa capacité à se connecter au sens pour **développer l'engagement et le passage à l'action en autonomie**.

Jour 2

- S'inspirer d'organisations développant l'engagement et la libération des énergies des membres.
- Apprendre à **partager ses apprentissages**.
- Apprendre à **co-crée en équipe**
- **Faire émerger un nouveau leadership personnel**.



C. MERDINGER • P. BASTIEN

Maître de conférences • Coach Apprentissage

“ WHERE THERE IS
PASSION, THERE IS
NO QUESTION ”

Caroline Merdinger-Rumpler • Maître de conférences à l'EM Strasbourg, Docteur en Sciences de Gestion. Domaines de recherche et de formation : négociation, gestion de conflits, leadership et management d'équipe, intelligence collective, management hospitalier.

Pascal Bastien • Coach de l'apprentissage au sein du Bachelor Jeune Entrepreneur de l'EM Strasbourg. Coach d'équipes de direction et de dirigeants. Diplômé Team Academy Finlande.

► **Durée : 2 jours**

► **Publics : Dirigeants managers et entrepreneurs**

Tarif de la formation

à partir de **1200€** TTC/pers

MANAGER D'ÉQUIPE : DES FONDAMENTAUX À L'AGILITÉ MANAGÉRIALE

Objectifs

- Maîtriser les bases de la communication interpersonnelle
- Connaître et adapter son style de management
- S'approprier les outils de base du management d'équipe

Programme

Compte tenu des très nombreuses transformations et défis auxquels sont confrontées les équipes au quotidien, les managers doivent adapter leur posture managériale et développer une plus grande agilité.

Cette formation propose à tout manager d'équipe de travailler sur sa vision du rôle de manager, de développer de nouvelles compétences relationnelles et de s'approprier une boîte à outils complète pour devenir un manager motivé et motivant pour ses collaborateurs. Les fondamentaux du management d'équipe intègrent les principes de l'agilité managériale et se centrent autour des valeurs de coopération, d'innovation et d'anticipation.

L'approche pédagogique repose sur des ateliers de mises en situation et de réflexions individuelles et collectives permettant de faire émerger des outils méthodologiques faciles à mettre en œuvre et immédiatement opérationnels pour les participants.

Jour 1

- Les missions clés du manager d'équipe
- Principes de base de la **communication interpersonnelle** : développer ses habilités **d'écoute et de questionnement**
- Les styles de management : identifier ses styles de management favoris et savoir adapter son style à la situation et à son équipe

Jour 2

- Proposer un **cadre pour motiver** et développer ses collaborateurs
- Mettre en place une **délégation motivante** et en assurer le suivi (donner un feedback constructif, conduire un entretien de bilan/progrès)
- Gestion des **situations difficiles** (conduire un entretien de recadrage)



Caroline
MERDINGER-RUMPLER

Maître de conférences

AMÉLIOREZ VOTRE
AISANCE ET VOS
COMPÉTENCES DE
MANAGER D'ÉQUIPE

Maître de conférences à l'EM Strasbourg,
Docteur en Sciences de Gestion. Domaines
de recherche et de formation : négociation,
gestion de conflits, leadership et manage-
ment d'équipe, intelligence collective, mana-
gement hospitalier.

► **Durée : 2 jours**

► **Publics** : jeunes managers d'équipe
ou experts métiers accédant à leurs
premières fonctions de management
d'équipe

Tarif de la formation

à partir de **1200€** TTC/pers

CONFLITS D'ÉQUIPE : COMMENT LES TRANSFORMER EN OPPORTUNITÉS ?

Objectifs

- Identifier ce qui conduit au conflit et qui l'entretient
- Examiner son comportement et ses émotions face au conflit
- Reconnaître et agir avec ses émotions
- Expérimenter un outil de gestion et de transformation du conflit

Programme

Cette formation vous permettra de vous positionner dans les situations de conflits afin de les transformer en opportunités de développement pour votre équipe.

La démarche de gestion du conflit proposée suit une approche en 3 étapes : PERCEVOIR – COMPRENDRE – AGIR.

La méthodologie retenue repose sur l'apprentissage par l'action à partir des situations réelles des participants.

Différentes approches de gestion des conflits sont combinées à partir des principes de la communication interpersonnelle développée par l'école de Palo Alto ainsi que les approches de la négociation et de la médiation de la méthode de Harvard.

Jour 1

Percevoir

- Décrypter et comprendre les **logiques** sous-jacentes et observables **d'un conflit**.
- Prendre conscience des **freins à la communication** au sein de l'équipe.

Comprendre

- Identifier ses propres stratégies face au conflit d'équipe.
- Reconnaître les **émotions** en jeu : les miennes et celles des autres.
- Identifier les **enjeux** en présence dans le conflit.

Jour 2

Agir

- Etablir des **stratégies d'action** face au conflit.
- Expérimenter un **outil de gestion du conflit**.



C. MERDINGER • M. GRANDJEAN

Maître de conférences • Coach Apprentissage

“ CHOUETTE, UN
CONFLIT ! MON
ÉQUIPE VA GRANDIR ”

Caroline Merdinger-Rumpler • Maître de conférences à l'EM Strasbourg, Docteur en Sciences de Gestion. Domaines de recherche et de formation : négociation, gestion de conflits, leadership et management d'équipe, intelligence collective, management hospitalier.

Marcellin GrandJean • Coach de l'apprentissage au sein du Bachelor Jeune Entrepreneur de l'EM Strasbourg. Médiateur et facilitateur par la Communication Non Violente.

► **Durée : 2 jours**

► **Publics : Managers d'équipes**

Tarif de la formation

à partir de **1200€** TTC/pers

STRATÉGIE ET ENTREPRENEURIAT

PENSER DIFFÉREMMENT SA STRATÉGIE PAR LE BUSINESS MODEL

Objectifs

- Diagnostiquer l'environnement externe de son organisation
- Analyser les ressources et les compétences internes de son organisation
- Protéger son entreprise de la concurrence et de l'imitation
- Élaborer et formuler ses choix stratégiques
- Penser sa stratégie par l'océan bleu et le Business Model

Programme

Cette formation vise à développer les capacités d'analyse stratégique des participants. En particulier, elle insiste sur les stratégies « océan bleu » et les Business Model en tant qu'outils d'aide à la décision stratégique. Cette approche permet de mieux comprendre les enjeux des organisations placées dans un environnement turbulent, caractérisé par l'arrivée de nouveaux entrants et par des pratiques d'uberisation.

Jour 1

Introduction

- Définir ce qu'est la stratégie pour une organisation
- Comprendre les finalités de la stratégie

Élaborer un diagnostic stratégique

- Réaliser un diagnostic stratégique externe en 4 étapes
- Analyser les ressources et les compétences
- Appréhender les enjeux de la concurrence
- Passer du diagnostic aux choix stratégiques

Les choix stratégiques

- Relever le défi d'une proposition de valeur différenciante
- Réaliser ses ambitions par la diversification
- Gérer au mieux ses différentes activités stratégiques

Jour 2

Adopter une approche innovante de la stratégie

- Positionner son organisation sur un océan bleu
- Se protéger et riposter par le Business Model
- Pérenniser son entreprise par le Business Model



Didier GRANDCLAUDE

Maître de conférences

“ ANTICIPER, RÉAGIR, ET, SURTOUT, NE PAS SUBIR, FACE AUX NOUVEAUX MODÈLES ÉCONOMIQUES ”

Maître de conférences à l'EM Strasbourg, Docteur en Sciences de Gestion. Domaines de recherche et de formation : Entrepreneuriat et Stratégie. Auteur et co-auteur de plusieurs articles sur le thème des stratégies de croissance des PME et des ETI.

► **Durée : 2 jours**

► **Publics : Dirigeants et managers secteur public et privé**

Tarif de la formation

à partir de **1200€** TTC/pers

ÉLABORATION D'UN PLAN DE FINANCEMENT

Objectifs

- Transformer son idée en chiffres
- Mesurer l'importance du chiffre d'affaires dans son business model
- Comprendre la structure financière de son projet entrepreneurial
- Déterminer les sources de financement utiles

Programme

La formation a pour but de permettre à un porteur de projet de s'approprier la logique du plan de financement et des chiffres afin de pouvoir défendre son projet face aux financeurs et partenaires potentiels.

Jour 1

Matin : Comprendre la structure des flux financiers à partir d'un cas d'école :

- Produits et services générateurs de cash
- Dynamique commerciale génératrice du cash
- Prise en compte des investissements, frais de fonctionnement et de personnel
- Élaboration d'un plan de financement au regard de la ligne de trésorerie et du compte de résultat
- Interrogation de la stratégie commerciale pour optimiser la solution

Après-midi : Modélisation du projet

- CV du Projet et Canvas de type Osterwalder

Jour 2

Matin : Application à son projet

- Reprendre la modélisation des flux financiers
- Élaborer une présentation du projet à un comité d'engagement en vue d'un financement

Après-midi : Présentation du projet aux participants de la formation sous forme de pitch

- Feedback constructif entre les membres
- Plébiscite de la plus belle histoire chiffrée.



Didier WERHLI

Enseignant

“ DERRIÈRE CHAQUE CHIFFRE, IL Y A UNE HISTOIRE... CELLE DE VOTRE PROJET ! ”

Enseignant à l'EM Strasbourg, Ingénieur ENSEM, Docteur en Sciences physiques Université Louis Pasteur Strasbourg. Son champ de compétences est l'entrepreneuriat et le management par projet, basé sur son parcours professionnel, dont des activités de conseil en ressources humaines, systèmes d'information, Innovation et entrepreneuriat.

► **Durée : 2 jours**

► **Publics :** Entrepreneurs, intrapreneurs, business unit manager

Tarif de la formation

à partir de **1200€** TTC/pers

MANAGEMENT ET TECHNIQUES DE VENTE

LES FONDAMENTAUX DE LA VENTE

Objectifs

- Savoir appliquer une démarche commerciale

Programme

Les principes de la vente

- Les qualités d'un vendeur : des stéréotypes aux compétences réelles
- Vendre en utilisant la raison avant les émotions

Les bases de l'entretien de vente

- La préparation
- La découverte des besoins explicites et implicites
- La présentation de l'offre et l'argumentation
- Déceler les objections du client et savoir y répondre
- Conclure la vente

S'entraîner à la vente

- S'auto-évaluer de façon objective
- Développer ses qualités de vendeur
- Apprendre par l'observation



Éric CASENAVE

Enseignant-chercheur

POUR LES NOUVEAUX VENDEURS
ET COMMERCIAUX ET CEUX QUI
SOUHAITENT LE DEVENIR

Éric Casenave est enseignant-chercheur en marketing et management, et ancien Directeur commercial et marketing. Il coordonne les enseignements commerciaux du Programme Grande École et y apporte une expertise managériale de plus de 10 ans associée au regard objectif et à la curiosité du chercheur. Ses étudiants de la spécialisation négociation et management commercial ont notamment gagné la finale nationale du concours de vente les Négociales à trois reprises (2016, 2017 et 2018).

► **Durée : 2 jours**

► **Publics : nouveaux commerciaux, responsables de startup**

Tarif de la formation

à partir de **1200€** TTC/pers

TECHNIQUES COMMERCIALES AVANCÉES

Objectifs

- Maîtriser la vente complexe et les nouvelles approches commerciales

Programme

Les nouvelles approches des acheteurs

- La recherche de création de valeur
- Les pièges du « reverse marketing »

De la découverte des besoins à la connaissance approfondie du client

- Comprendre les circuits de décision et les réseaux d'acteurs
- Favoriser l'apprentissage du client pour contrôler le processus de vente

Intégrer et maîtriser les approches commerciales récentes

- Au-delà de la vente d'une solution, la vente d'un projet
- Générer des ventes par les réseaux sociaux : mythes et réalités
- Créer du contenu attractif pour les clients (inbound marketing)
- Challenger son client

Réaliser des plans d'action stratégiques efficaces et orientés clients



Éric CASENAVE

Enseignant-chercheur

POUR DEVENIR UN EXPERT DE LA VENTE

Éric Casenave est enseignant-chercheur en marketing et management, et ancien Directeur commercial et marketing. Il coordonne les enseignements commerciaux du Programme Grande École et y apporte une expertise managériale de plus de 10 ans associée au regard objectif et à la curiosité du chercheur. Ses étudiants de la spécialisation négociation et management commercial ont notamment gagné la finale nationale du concours de vente les Négociales à trois reprises (2016, 2017 et 2018).

► Durée : 2 jours

► Publics : chefs de vente, vendeurs grands comptes, commerciaux expérimentés

Tarif de la formation

à partir de **1200€** TTC/pers

DE MANAGER COMMERCIAL À LEADER COMMERCIAL

Objectifs

- Comprendre le mouvement de « libération » des entreprises et en être acteur

Programme

De nouvelles formes d'organisation pour un nouveau modèle de leadership

- De l'organisation commerciale « bureaucratique » à l'organisation commerciale « progressiste »
- Mythes et réalités du leadership commercial

Le leadership commercial dans la pratique

- Les attentes des commerciaux de la nouvelle génération et des autres
- Savoir adapter son leadership selon les commerciaux et le contexte commercial
- Déléguer tout en développant l'intelligence collective de l'équipe commerciale
- Comment mettre en œuvre une responsabilisation créatrice de valeur ?

Se comporter comme un manager commercial au service de son équipe

- Faire passer l'intérêt de son équipe avant son propre intérêt : comment y parvenir tout en restant le leader ?
- Les compétences managériales à développer
- La réalisation d'un plan d'action personnel



Éric CASENAVE

Enseignant-chercheur

DÉVELOPPER UN LEADERSHIP COMMERCIAL LIBÉRATEUR D'ÉNERGIE

Éric Casenave est enseignant-chercheur en marketing et management, et ancien Directeur commercial et marketing. Il coordonne les enseignements commerciaux du Programme Grande École et y apporte une expertise managériale de plus de 10 ans associée au regard objectif et à la curiosité du chercheur. Ses étudiants de la spécialisation négociation et management commercial ont notamment gagné la finale nationale du concours de vente les Négociales à trois reprises (2016, 2017 et 2018).

► Durée : 2 jours

► Publics : nouveaux commerciaux, responsables de startup

Tarif de la formation

à partir de **1200€** TTC/pers

MANAGER LES COMMERCIAUX DES GÉNÉRATIONS Y ET Z

Objectifs

- Comprendre les aspirations des nouveaux commerciaux et savoir s'y adapter

Programme

Génération Y et Z : mythes et réalités

- Existe-t-il une nouvelle génération de commerciaux ?
- De réelles différences avec les autres générations ?

Les clés de la motivation et de la performance pour cette génération

- Du sens à la transparence
- De la détermination à l'autodétermination

Une nouvelle génération qui impose de nouvelles approches managériales

- Des managers commerciaux challengés à leur tour
- Comment se mettre au service de ces nouveaux commerciaux ?

Synthèse des enjeux

- Rencontre et échanges avec des commerciaux de la nouvelle génération
- Réaliser son bilan personnel de manager commercial des générations Y et Z



Éric CASENAVE

Enseignant-chercheur

UNE VÉRITABLE RÉFLEXION SUR SES PRATIQUES MANAGÉRIALES

Éric Casenave est enseignant-chercheur en marketing et management, et ancien Directeur commercial et marketing. Il coordonne les enseignements commerciaux du Programme Grande École et y apporte une expertise managériale de plus de 10 ans associée au regard objectif et à la curiosité du chercheur. Ses étudiants de la spécialisation négociation et management commercial ont notamment gagné la finale nationale du concours de vente les Négociales à trois reprises (2016, 2017 et 2018).

► **Durée : 1 jour**

► **Publics : chefs de vente, vendeurs grands comptes, commerciaux expérimentés**

Tarif de la formation

à partir de **600€** TTC/pers

MARKETING ET DATA

PILOTAGE DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

Objectifs

- Définir et mettre en œuvre **des parcours client performants**
- Comprendre comment **l'expérience client** peut créer plus de valeur pour ses clients et pour l'entreprise
- Acquérir les méthodes, outils et bonnes pratiques pour concevoir des parcours et une expérience client permettant de se différencier

Programme

Comprendre les démarches et les meilleures pratiques de parcours et d'expérience client pour les mettre en œuvre. Dans un contexte où les parcours client sont omni canaux (physique et digital), et l'expérience client un enjeu clé de différenciation, cette formation permet d'acquérir les réflexes, les méthodes d'analyse et les pratiques innovantes afin d'initier une démarche transversale adaptée à votre entreprise.

Comprendre le contenu de l'expérience vécue par le client et la mise en œuvre de contextes expérientiels par l'entreprise :

- Définir l'expérience client et ses dimensions
- Analyser les points de contact et leur mise en place dans l'entreprise
- Mobiliser les valeurs de l'entreprise pour améliorer l'expérience client
- Gérer le client, en intégrant une approche holistique de l'expérience
- Repenser le design de l'expérience à travers les interactions client et entreprise, les moments de vérité pour l'entreprise du point de vue du client.



Claire ROEDERER

Maître de conférences

MAÎTRISER LES MEILLEURES PRATIQUES EN MATIÈRE D'EXPERIENCE CLIENT POUR AMÉLIORER LA SATISFACTION ET LA VALEUR

Maître de conférences à l'EM Strasbourg et Docteur en Sciences de Gestion. Son champ de recherche est le comportement du consommateur et le marketing expérientiel. Auteur et co-auteur de plusieurs ouvrages et cas sur cette thématique notamment : *le marketing expérientiel, vers un marketing de la cocréation*, Vuibert, 2015, *Experiential marketing and consumption*, EMS Management et société, Cormelles le Royal, 2013

► **Durée : 1 jour**

► **Publics :** directeurs et responsables expérience clients, responsables marketing, managers dans le secteur des services

Tarif de la formation

à partir de **600€** TTC/pers

TACTIQUES DE PRIX, PERCEPTION ET EFFICACITÉ PROMOTIONNELLE

Objectifs

- Comprendre le rôle tactique du prix
- Comprendre les réactions que génère un prix auprès des consommateurs
- Acquérir les méthodes, outils et bonnes pratiques pour construire et structurer une offre de prix
- Optimiser l'efficacité promotionnelle
- Construire son projet pour dynamiser ses prix

Programme

Jour 1

Ce qu'il faut comprendre pour favoriser l'acceptabilité de ses prix

- Adopter une approche de la fixation du prix par la valeur perçue
- Comprendre la manière dont les prix sont perçus/évalués par les consommateurs
- Comprendre les processus qui conduisent le client à accepter une offre de prix

Les outils et techniques pour construire un prix

- Fixer ses prix en construisant un montant fondé sur une approche psychologique des prix (expression sémantique, le « sans » décimale, paire ou impaire ?)
- Fixer ses prix en améliorant le format de présentation de son offre de prix : tendre vers une efficacité promotionnelle (design du prix, cadrage du prix, ampleur de la promotion)

Jour 2

Recherche d'idées pour dynamiser ses offres de prix

- Élaboration de son projet de construction de ses offres de prix : cas de la baisse des prix ; cas de la hausse des prix



Agnès WALSER-LUCHESI

Maître de conférences

AMÉLIORER VOS PRIX ET L'EFFICACITÉ DE VOS OFFRES PROMOTIONNELLES

Maître de conférences à l'EM Strasbourg, Docteur en Sciences de Gestion. Spécialiste du management des prix et du marketing ; auteur et co-auteur de chapitres d'ouvrages et articles sur cette thématique ; Responsable du master Marketing et Écoute des marchés.

► **Durée : 1 jour et demi**

► **Publics : pricing managers, responsables marketing, chefs de rayon, responsables de magasin, commerçants, toute personne devant fixer et établir une politique de prix**

Tarif de la formation

à partir de **900€** TTC/pers

APPRÉHENDER SES MARCHÉS

Objectifs

- Connaître les acteurs du marché
- Identifier les concurrents directs et indirects
- Comprendre les forces en présence et les potentialités
- Mener une écoute active du marché
- Savoir représenter simplement une analyse stratégique
- Comprendre l'intérêt d'une représentation synthétique de l'activité de l'entreprise

Programme

Savoir appréhender son/ses marché(s) est une phase incontournable pour développer son activité et construire un plan marketing. En effet pour s'adapter ou agir sur ses marchés, l'entreprise doit d'abord les connaître, les observer de manière à les anticiper.

Jour 1

Connaître, comprendre et anticiper pour décider et capitaliser

- Apprécier les catégories d'acteurs en présence
- Apprécier sa position et celle des concurrents
- Comprendre, écouter ses clients et méthodes d'enquête

L'audit/diagnostic des marchés de l'entreprise pour souligner les potentialités et les points de vigilance et représenter synthétiquement l'activité de l'entreprise

- L'environnement concurrentiel / le PESTEL
- La matrice SWOT (ou FFOM) et ses composantes

Jour 2

Mise en situation :

- Réaliser la représentation synthétique de la situation de son entreprise sur ses marchés et réfléchir sur les décisions à prendre et actions à mettre en œuvre



Agnès WALSER-LUCHESI

Maître de conférences

**CAPITALISEZ SUR LA
CONNAISSANCE DE VOS
MARCHÉS POUR PERFORMER**

Maître de conférences à l'EM Strasbourg,
Docteur en Sciences de Gestion. Spécialiste
du management des prix et du marketing ;
auteur et co-auteur de chapitres d'ouvrages
et articles sur cette thématique ; Responsable
du master Marketing et Écoute des marchés.

► **Durée : 2 jours**

► **Publics : Services marketing,
dirigeants et responsables de
business unit, managers et
collaborateurs polyvalents, cadres
d'entreprises de toutes tailles**

Tarif de la formation

à partir de **1200€** TTC/pers

DATA ET BIG DATA : DE LA DONNÉE À L'ACTION MARKETING

Objectifs

- Donner une culture de base sur l'univers data et big data
- Prendre conscience que les données sont au service du **pilotage stratégique et opérationnel** de l'organisation

Programme

Introduction

- Pourquoi une telle effervescence sur le sujet ?
- Toutes les organisations sont-elles concernées ?

Mais de quelles données parle-t-on ?

- Les sources des données
- La nature des données

Les données pour quoi faire ?

- Un seul objectif : améliorer le pilotage stratégique et opérationnel de l'organisation
- Études de cas réels : assurance, retail, e-commerce, caritatif, VPC...

Les étapes d'un projet data :

- Collecter, nettoyer, stocker, analyser pour extraire de l'information, diffuser l'information pour l'utiliser



Philippe NANOPOULOS

Enseignant-chercheur

DATA ET BIG DATA : POURQUOI PAS VOUS ?

Enseignant-chercheur à l'EM Strasbourg au sein du département Marketing, Philippe Nanopoulos forme depuis plus de 20 ans étudiants, cadres et dirigeants d'entreprises à l'exploitation des données à des fins marketing. Par ailleurs, il accompagne de nombreuses entreprises dans la mise en œuvre de projets data dans un grand nombre de secteurs d'activité BtoB et BtoC.

► **Durée : 1 jour**

► **Publics : dirigeants, managers et cadres d'entreprises de toutes tailles**

Tarif de la formation

à partir de **600€** TTC/pers

DATA ET BIG DATA : LA CHAÎNE DE VALEUR DES DONNÉES DANS L'ORGANISATION

Objectif

- Comprendre les différentes composantes de **la chaîne de valeur** des données dans l'organisation

Programme

Introduction

- Les données au service du pilotage stratégique et opérationnel de l'organisation (rappels)

La chaîne de valeur des données

- Collecter (les sources)
- Nettoyer (data quality)
- Stocker (datawarehouse)
- Analyser pour extraire de l'information (datamining/IA)
- Diffuser l'information pour l'utiliser (datavisualisation)

Études de cas réels

- Comment la valorisation des données permet de générer du ROI quel que soit le secteur d'activité et quelle que soit la taille de l'entreprise



Philippe NANOPOULOS

Enseignant-chercheur

DATA ET BIG DATA : POURQUOI PAS VOUS ?

Enseignant-chercheur à l'EM Strasbourg au sein du département Marketing, Philippe Nanopoulos forme depuis plus de 20 ans étudiants, cadres et dirigeants d'entreprises à l'exploitation des données à des fins marketing. Par ailleurs, il accompagne de nombreuses entreprises dans la mise en œuvre de projets data dans un grand nombre de secteurs d'activité BtoB et BtoC.

► Durée : 1 jour et demi

► Publics : dirigeants, managers et cadres d'entreprises de toutes tailles

Tarif de la formation

à partir de **900€** TTC/pers

DATA ET BIG DATA : LA CONDUITE D'UN PROJET DATA

Objectif

- Conduire un projet data dans l'organisation

Programme

Comment mettre en œuvre un projet data dans son organisation ?

Quelles sont les ressources à mobiliser ?

- les outils
- les compétences

Combien ça coûte ?

Les questions juridiques relatives aux données

- La nouvelle réglementation européenne sur la protection des données personnelles (RGPD)
- Comment s'y conformer ?



Philippe NANOPOULOS

Enseignant-chercheur

DATA ET BIG DATA : POURQUOI PAS VOUS ?

Enseignant-chercheur à l'EM Strasbourg au sein du département Marketing, Philippe Nanopoulos forme depuis plus de 20 ans étudiants, cadres et dirigeants d'entreprises à l'exploitation des données à des fins marketing. Par ailleurs, il accompagne de nombreuses entreprises dans la mise en œuvre de projets data dans un grand nombre de secteurs d'activité BtoB et BtoC.

► **Durée : 1 jour**

► **Publics : dirigeants, managers et cadres d'entreprises de toutes tailles**

Tarif de la formation

à partir de **600€** TTC/pers

GOUVERNANCE D'ENTREPRISE ET FINANCE

JEUNES REPRENEURS D'ENTREPRISES FAMILIALES

Objectifs

- Décrypter son entreprise et s'affirmer en tant que dirigeant
- Comprendre les clés d'une reprise réussie
- Construire sa propre vision

Programme

L'approche socio-émotionnelle de la reprise :

- Les aspects socio émotionnels dans l'entreprise familiale
- Valeur émotionnelle et valeur financière

Regards croisés sur la légitimité :

- Identifier son rôle d'héritier
- Clarifier son identité de successeur : moi et ma famille

Assumer mon leadership

- Mon orientation de leader
- Transformer mon leadership

La gouvernance « affectio societatis » et « affectio familiae »

- La gouvernance de l'entreprise
- La gouvernance familiale

La transmission sous toutes ses formes :

- Étapes du processus de transmission. Pacte Dutreil. Family Buy Out
- Partenariat en Fonds Propres

Et demain ?

- Responsabilité sociale et sociétale
- Projeter les valeurs dans l'entreprise et vers la société civile
- Réputation et responsabilité collective



Patrice CHARLIER

Maître de conférences

LES OUTILS POUR RÉUSSIR LA REPRISE DE L'ENTREPRISE FAMILIALE

Maître de Conférences et Docteur à l'EM Strasbourg. Ses travaux portent sur la gouvernance et la transmission des entreprises familiales. Ils font l'objet de conférences professionnelles et de publications dans des revues et des journaux nationaux, comme par exemple : *Les solutions pour éviter les empoignades entre héritiers*, Le Monde, 16/02/2014.

► Durée : 6 jours (répartis sur 6 mois)

Dates :

- 5 novembre 2021
- 10 décembre 2021
- 14 janvier 2022
- 13 mars 2022
- 1^{er} avril 2022
- 13 mai 2022

► Publics : repreneurs familiaux

Tarif de la formation

à partir de **3900€** TTC/pers

Partenaire de la formation : Mazars, Crédit Agricole Alsace-Vosges, Notaires la Wantzenau, CCI Alsace-Eurométropole

LES FONDAMENTAUX DE LA GOUVERNANCE

Objectifs

- Comprendre le rôle et la responsabilité d'un administrateur
- Apprendre à contribuer efficacement dans la conduite d'un mandat

Programme

Jour 1

La gouvernance réglementaire :

- Le rôle de l'organe de gouvernance
- La responsabilité juridique de l'administrateur
- La répartition des rôles
- Les documents (PV, règlement intérieur)
- L'arrêté des comptes
- Les comités
- L'administrateur indépendant

La pratique de la gouvernance

- L'apport des administrateurs
- Le choix des administrateurs
- La validation de la stratégie
- L'analyse des risques
- L'audit
- La rémunération et la nomination des dirigeants
- La Transition numérique
- Quels organes de gouvernance choisir ? (comités, conseil de surveillance, ...)
- Le fonctionnement
- L'évaluation du conseil

Jour 2

Cas pratique de mise en situation



Patrice CHARLIER

Maître de conférences

ÊTRE UN ADMINISTRATEUR « CRÉATEUR DE VALEUR »

Maître de Conférences et Docteur à l'EM Strasbourg. Ses travaux portent sur la gouvernance et la transmission des entreprises familiales. Ils font l'objet de conférences professionnelles et de publications dans des revues et des journaux nationaux, comme par exemple : *Les solutions pour éviter les empoignades entre héritiers*, Le Monde, 16/02/2014.

► **Durée : 2 jours et demi**

► **Publics : administrateurs**

Tarif de la formation

à partir de **1800€** TTC/pers

ADMINISTRATEUR BANCAIRE

Objectifs

- Connaître et comprendre l'environnement de marché et le cadre réglementaire de l'administrateur bancaire.
- Savoir décrypter un plan stratégique.
- Comprendre le rôle du conseil dans la maîtrise des risques et le traitement des situations de crise
- Situer les rôles, missions et responsabilités de l'administrateur au sein du Conseil.
- Sensibiliser à l'importance pour un Conseil d'une vision prospective globale pour aborder les enjeux stratégiques de demain.

Programme

La formation vise à fournir aux participants les éléments clés sur lesquels les administrateurs bancaires doivent porter leur attention. La formation a pour objectif de permettre d'appréhender le savoir-être essentiel à la mission de l'administrateur bancaire, c'est-à-dire la question de la posture.

Jour 1

Matin

- L'environnement bancaire et ses spécificités
- Les rapports réglementaires que le conseil d'administration a la responsabilité de valider

Après-Midi

- Le plan stratégique
- Décryptage du plan stratégique d'une banque en exercice pratique.

Jour 2

Matin

- La maîtrise de la performance économique et financière
- Les grands enjeux des conseils d'administration des banques

Après-Midi

- La maîtrise des risques bancaires et le fonctionnement d'un conseil.
- « Ouverture » sur une approche prospective du rôle d'un board : « les boards du 21ème siècle ».



Patrice CHARLIER

Maître de conférences

ETRE UN ADMINISTRATEUR BANCAIRE EFFICACE

Maître de Conférences à l'EM Strasbourg, docteur en Sciences de gestion. Ses travaux portent sur la gouvernance des entreprises.

Auteur et co-auteur de plusieurs articles :

- Les Échos Sociétés du 15/07/2014 : « L'administrateur indépendant : le mal-compris des PME ».

► **Durée : 2 jours**

► **Publics : administrateur de banque**

Tarif de la formation

à partir de **6300€** TTC/pers

Pour un groupe de 12 personnes
(tarif dégressif pour un groupe de taille supérieure.)

RISQUES FISCAUX ET OPPORTUNITÉS POUR LES SOCIÉTÉS À L'IS

Objectifs

- Connaître les sujets de redressement susceptibles d'être évoqués dans le cadre d'un contrôle fiscal en Impôt sur les sociétés (IS)
- Savoir chiffrer les risques correspondants en droits et pénalités
- Savoir saisir les opportunités permettant de réduire sa charge fiscale

Programme

Cette formation identifie par cycle, les sujets récurrents des contrôles fiscaux en IS. Les différences de traitement applicables en social, fiscal et en comptes IFRS sont rappelées et les opportunités éventuelles précisées. Les risques sont chiffrés en droits et pénalités

Matin

- Règles générales de prescription (délai de reprise, de réclamation, règles d'intangibilité, pénalités)
- Actifs corporels
- Actifs incorporels
- Titres de participation

Après-Midi

- Dividendes
- Charges financières
- Stocks
- Produits et charges
- Provisions
- Flux intragroupes en droit interne



Les plus de la formation

Identification pour chaque cycle du traitement en comptes IFRS, en comptes sociaux et en fiscal
Chiffrage des montants « à risque » en droits et pénalités
Nombreux cas de mise en pratique
QCM d'application



Christine SERVEY

Enseignante

RR MAITRISER LES RÈGLES
APPLICABLES EN AMONT
DES CONTRÔLES FISCAUX
EST INDISPENSABLE POUR LES
ENTREPRISES SOUMISES À L'IS ¶¶

Enseignante à l'EM Strasbourg. 25 ans d'expérience en fiscalité/finance d'entreprise. Diplômée d'HEC, DECF. Chargée d'enseignement à HEC.

► **Durée : 1 jour**

► **Publics : Directeurs financiers, contrôleurs de gestion, responsables comptables et financiers et leurs collaborateurs**

Tarif de la formation

à partir de **600€** TTC/pers

MAÎTRISER LE VOCABULAIRE FINANCIER EN ANGLAIS

Objectifs

- Connaître les concepts / agrégats et le vocabulaire financier de base en anglais
- Connaître les tournures de phrases qui permettront d'exprimer les points importants d'une analyse : variations de marges, écarts de résultat, événements significatifs, risques financiers
- Savoir présenter pour convaincre un projet financier en anglais du général au particulier

Programme

Cette session permet de maîtriser le vocabulaire financier courant en anglais. Les formulations pertinentes sont rappelées et utilisées pour commenter, synthétiser et convaincre lors de la présentation de documents financiers en anglais

Matin

- Les concepts et le vocabulaire clé dans les états financiers anglo-saxons
- Analyse des écarts réels-budget en contrôle de gestion

Après-Midi

- Savoir commenter des documents financiers : exemple de l'analyse financière de comptes publiés
- Convaincre à partir d'agrégats clés : présentation d'un business case / une proposition d'investissement

Remise d'un glossaire franco-anglais financier courant. Nombreux exemples pratiques sur la base d'états financiers réels / d'un investissement réel.

Questionnaires à choix multiples d'application avec solutions et explications



Christine SERVEY

Enseignante

MAÎTRISER LE VOCABULAIRE FINANCIER COURANT EN ANGLAIS EST INDISPENSABLE POUR LES PROFESSIONNELS DE LA FINANCE

Enseignante à l'EM Strasbourg. 25 ans d'expérience en fiscalité/finance d'entreprise. Diplômée d'HEC, DECF. Chargée d'enseignement à HEC.

► **Durée : 1 jour**

► **Publics : Directeurs financiers, contrôleurs de gestion, responsables comptables et financiers et leurs collaborateurs**

Tarif de la formation

à partir de **600€** TTC/pers

LES CLÉS POUR COMPRENDRE L'INFORMATION FINANCIÈRE DE L'ENTREPRISE

Objectifs

- Savoir décrypter l'information contenue dans les états financiers
- Comprendre les grandes masses des documents financiers
- Élaborer un diagnostic financier avec une méthode d'analyse structurée basée sur des ratios financiers

Programme

L'information financière est au cœur du processus de décision des entreprises et organisations. L'objectif de cette formation est de permettre aux participants d'appréhender l'information contenue dans les documents financiers et de se les approprier.

Jour 1

Décrypter l'information contenue dans les états financiers

Matin :

- Appréhender l'information comptable et financière.
- Présentation des documents de synthèse (compte de résultat, bilan...)

Après-midi :

- Comprendre les grandes masses des documents financiers : compte de résultat, bilan et tableau de flux de trésorerie et leurs interrelations.
- Principes et mises en application.

Jour 2

Décliner une méthode d'analyse financière pour évaluer la situation de l'entreprise.

Matin :

- Mettre en œuvre quelques indicateurs clés de rentabilité et création de valeur.

Après-midi :

- Structurer son analyse en 4 étapes clés pour évaluer les forces, axes d'amélioration et identifier les risques de l'entreprise.

Modalités de formation : alternance de présentation de notions fondamentales, d'études de cas et d'exercices. Échanges au sein du groupe.



Célia Lemaire • Patrice Landagaray

Enseignants-chercheurs

APPRÊTEZ-VOUS À DEVENIR FAMILIER AVEC LE LANGAGE DE L'INFORMATION FINANCIÈRE POUR PARTICIPER À LA PRISE DE DÉCISION

Célia Lemaire

Enseignant-Chercheur à l'EM Strasbourg, docteur en Sciences de gestion, responsable du Master contrôle de gestion, enseigne la comptabilité et le contrôle de gestion, étudie le lien entre les systèmes de contrôle de gestion et les acteurs dans les organisations dans le cadre de ses travaux de recherche.

Patrice Landagaray

Enseignant à l'EM Strasbourg en finance, comptabilité, analyse financière où il met à profit 20 années d'expérience en management financier de groupes multinationaux (Merck, Danone, Senoble, Serono) dans les fonctions Manufacturing, Supply Chain, Commerciale, Corporate

► **Durée : 2 jours**

► **Publics : Managers, cadres d'entreprises et d'organisations**

Tarif de la formation

à partir de **1200€** TTC/pers

PSYCHOLOGIE DE L'INVESTISSEUR

Objectifs

- Savoir décrypter la psychologie des investisseurs
- Comprendre les conséquences sur les prix et les portefeuilles
- Savoir analyser les questionnaires de connaissance clients (MiFID)

Programme

Cette formation offre aux participants une connaissance précise de la **psychologie** des investisseurs et des **biais cognitifs** à l'œuvre dans les processus de prise de décisions financières des investisseurs individuels et professionnels. En se fondant sur des travaux académiques récents en psychologie cognitive et en **finance comportementale**, cette formation permet également aux participants de prendre conscience de leurs propres biais cognitifs et de leurs conséquences financières.

Psychologie cognitive, Biais et Heuristiques

Jour 1

Apport de la psychologie cognitive à la prise de décision et biais de comportements (heuristique de représentativité, heuristique d'ancrage, théorie des perspectives...).

Psychologie de l'investisseur et prix des actifs financiers

Principales implications des biais cognitifs sur le prix des actifs sur les marchés financiers.

Gestion individuelle de Portefeuille : Approches Comportementales

Jour 2

Principaux biais à l'œuvre en gestion de portefeuille (effet de disposition, excès de trading,...), théorie comportementale du portefeuille et alternatives à la théorie de Markowitz.

MiFID et conseils en placement financier

Étude de questionnaires MiFID, lien entre réponses et comportement des investisseurs.



M-H. BROIHANNE • P. ROGER • M. MERLI

Professeurs de finance

REVISITEZ VOTRE VISION
DES MARCHÉS FINANCIERS
ET DES ÉPARGNANTS
INVESTISSEURS

Spécialistes de finance comportementale, ils sont auteurs d'un ouvrage et de nombreux articles sur le comportement des investisseurs individuels et professionnels publiés dans des revues académiques internationales (*Journal of Banking and Finance*, *Theory and Decision*, *Review of Quantitative Finance and Accounting*, ...)

► **Durée : 2 jours**

► **Publics : professionnels de la banque et de la finance**

Tarif de la formation

à partir de **1200€** TTC/pers

DIGITALISATION ET RH

LA TRANSFORMATION DIGITALE : LE RÔLE DES RH*

Objectifs

- Analyser l'impact de la transformation digitale sur le management des Hommes
- Examiner les nouveaux **modes de travail collaboratifs** incluant les technologies
- Formuler un **plan d'actions** pour la mise en place de la transformation digitale
- Construire sa stratégie de **conduite du changement** en lien avec la transformation digitale
- Maîtriser les **principaux médias sociaux** (Facebook, LinkedIn, Twitter) permettant le développement de sa **marque employeur** et la gestion de son **identité professionnelle**
- Partager de **bonnes pratiques et des retours d'expérience**

Programme

Transformation digitale et travail collaboratif

Définition et présentation des enjeux de la transformation digitale (impacts de la transformation digitale, parties prenantes à impliquer, implications pour la fonction RH)

Jour 1

Travail collaboratif, méthodologie et outils à déployer pour gérer le changement (analyse et usage de technologies collaboratives)

Construction d'une marque employeur impactée par la transformation digitale

Analyse de la marque employeur, définition de cibles pour la marque employeur

Jour 2

Stratégies pour développer sa marque employeur en interne et en externe (le rôle des ambassadeurs, la gestion de sa e-réputation)

Sélection des canaux de communication adaptés à la cible visée (l'intérêt des médias sociaux)

**Cette formation est portée par l'EM Strasbourg et le cabinet de conseil en ressources humaines Altedia.*



Jessie PALLUD

Professeure
des Universités

” RH, ACCOMPAGNEZ LE CHANGEMENT DIGITAL ”

Professeure des Universités, ses recherches sur l'appropriation des technologies et les nouvelles pratiques de travail liées à ces outils ont fait l'objet de publications dans des revues académiques internationales et nationales. Elle intervient régulièrement lors de conférences professionnelles pour discuter des enjeux de la transformation digitale. Elle est également responsable du Master 2 e-marketing qui vise à former aux usages des technologies sur les plans opérationnel et stratégique.

► **Durée : 2 jours**

► **Publics : DRH, responsables RH, chargés de formation, chargés du recrutement, responsables de communication interne, chargés de développement RH**

Tarif de la formation

à partir de **1450€** TTC/pers

LEE HECHT
HARRISON



LA RÉPUTATION EN LIGNE

Objectifs

- Définir le phénomène de l'e-réputation et du bouche-à-oreille en ligne (BàOE) et son importance pour l'entreprise
- Identifier la composition de l'e-réputation pour toute entreprise
- Comprendre comment agit chaque élément de l'e-réputation
- Etablir les objectifs SMART et les suivre avec Google Analytics
- Identifier les stratégies de SEO et de gestion de contenu pour améliorer son e-réputation
- Découvrir les meilleures pratiques de gestion du BàOE et les mettre en place avec les logiciels appropriés
- Appliquer les connaissances à la situation réelle des participants

Programme

Internet a conquis tous les secteurs : chaque société aujourd'hui a l'impératif d'assurer une présence digitale. A l'ère du digital et des réseaux sociaux, l'e-réputation devient un enjeu majeur et incontournable, élément crucial de l'image publique et véritable facteur de différenciation. Cette formation sensibilise les managers à l'importance de l'e-réputation et proposera des outils de gestion applicables.

Matin

- L'e-réputation et le bouche-à-l'oreille en ligne : définir et comprendre
- Les piliers de l'e-réputation : identifier et évaluer
- Objectifs SMART : établir et veiller
- SEO et gestion du contenu : améliorer son e-réputation

Après-midi

- Stimuler l'action et la réaction
- Accepter, comprendre et répondre au négatif
- Savoir gérer les faux avis



Daria PLOTKINA

Enseignant-chercheur

LA RÉPUTATION EST TOUT

Enseignant-chercheur en e-Marketing à l'EM Strasbourg, Docteur en Sciences de Gestion. Son champ de recherche est l'e-réputation, le commerce en ligne et l'expérience digitale du consommateur. Auteur et co-auteur de plusieurs articles sur cette thématique dans des revues internationales.

► **Durée : 1 jour**

► **Publics : Entrepreneurs, dirigeants, directeurs et responsables marketing**

Tarif de la formation

à partir de **600€** TTC/pers

PERFORMANCE INDIVIDUELLE AU TRAVAIL

Objectifs

- Définir la performance du travail
- Formuler un feedback positif et négatif
- Préparer un plan d'action autour d'objectifs stimulants
- Identifier dans son équipe les causes de sous-performance individuelle
- Repérer les liens entre les objectifs et la motivation au travail
- Analyser son style de management de la performance individuelle
- Réfléchir sur son positionnement managérial

Programme

Les organisations s'appuient sur les managers de proximité pour mettre en œuvre le système de management de la performance et stimuler la performance individuelle de leurs collaborateurs. La qualité des échanges entre les managers et les collaborateurs sur la spécificité de leur travail et la manière de le réaliser est essentielle à la performance au travail

Matin

- Apports définitionnels sur la performance individuelle au travail
- Analyse des pratiques organisationnelles (évaluations formelles et informelles, culture du feedback)

Après-midi

- Réflexion sur le positionnement managérial vis-à-vis de l'évaluation (contrôle vs développement)
- Mises en situation de feedback sur la performance

La journée est structurée par l'alternance d'apports conceptuels présentés de manière interactive et d'activités dans lesquelles l'engagement des participants est sollicité.



Jocelyne YALENIOS

Maître de conférences

” EVALUER AUTREMENT POUR DÉVELOPPER LA PERFORMANCE INDIVIDUELLE AU TRAVAIL ”

Maître de conférences à l'EM Strasbourg.
Son champ de recherche est la pratique de l'évaluation individuelle de la performance au travail. Auteur et co-auteur de plusieurs articles académiques, ouvrages, et cas pédagogiques sur l'évaluation de la performance individuelle.

► **Durée : 1 jour**

► **Publics : Managers de proximité en activité professionnelle quels que soient le secteur d'activité ou la fonction exercée**

Tarif de la formation

à partir de **600€** TTC/pers

MANAGEMENT DE L'ŒNOTOURISME

COMMENT ENTREPRENDRE DANS L'ŒNOTOURISME ?

Objectifs

- Identifier **les enjeux du contexte œnotouristique** au niveau régional, national et international
- Appréhender **les rôles et missions des différentes parties prenantes de l'offre œnotouristique** au niveau régional et national
- Mettre en perspective **les attentes des œnotouristes** afin de développer une expérience de consommation œnotouristique
- Prendre connaissance des différents **accompagnements et financements** possibles de projets dans l'œnotourisme
- Utiliser un outil d'analyse d'un projet – **le Business Model Canvas**

Programme

Jour 1

Introduction sur le contexte et les enjeux de l'œnotourisme

- Présentation de la formation, objectifs, intervenants et échanges-réseaux
- Chiffres clefs et enjeux du **contexte œnotouristique régional, national et international**.

Les principaux acteurs de l'œnotourisme

- **Gouvernance** – Rôle et mission des organismes professionnels en lien avec l'œnotourisme au niveau régional et national (Office du Tourisme, Agence d'Attractivité d'Alsace, Alsace Destination Tourisme, Atout France).
- **Rôle et mission du Conseil Interprofessionnel des Vins d'Alsace (CIVA)** – Route des Vins – Label Vignoble et Découverte – Charte œnotourisme Alsace
- Accompagnement et **financements possibles** de projets dans l'œnotourisme

Jour 2

Les tendances et attentes du marché

- Les **attentes des œnotouristes**
- Comment développer une **expérience de consommation ?**
- Témoignage de modèle gagnant – exemples d'offres œnotouristiques en Alsace
- Outils d'analyse d'un projet – **le Business Model Canvas** – Application du modèle au témoignage/projet



Coralie HALLER

Enseignant-chercheur

**L'ŒNOTOURISME
COMME LEVIER DE
VALORISATION DE LA
FILIERE VITIVINICOLE !**

Enseignant-Chercheur en Entrepreneuriat et Management des systèmes d'information à l'EM Strasbourg. Après une expérience professionnelle dans différentes industries en France et en Australie, elle a rejoint l'EM Strasbourg et dirige le Master Grande École en « International Wine Management et Tourism » et le Master 2 « Management du tourisme ». Elle est également responsable de la Chaire « Vin et Tourisme ».

Durée : 2 jours

► **Publics : personnes ayant un projet d'entrepreneuriat dans l'œnotourisme**

Tarif de la formation

à partir de **1200€** TTC/pers



DIGITALISATION DE L'ENTREPRISE VITIVINICOLE

Objectifs

- Clarifier la **terminologie** : Web 2.0, digital, numérique, NTIC, objets connectés, etc
- Appréhender les **approches du e-Marketing** et l'impact sur la relation client
- Identifier des **enjeux de la digitalisation dans la filière vitivinicole**
- Appréhender les **leviers de valorisation** de la filière au travers de **clusters d'innovation**
- Mettre en perspective les **attentes des consommateurs et des professionnels** – création de la valeur au travers d'une **chaîne de la valeur durable** : du vin au verre
- Établir une **stratégie e-Marketing** de valorisation

Programme

Jour 1

Introduction sur le contexte et les enjeux de la digitalisation

- Présentation de la formation, objectifs, intervenants et échanges-réseaux
- Enjeux de la **digitalisation de l'industrie vitivinicole** en France
- Clarifier la terminologie : **Web 2.0**, digital, numérique, NTIC, objets connectés...

Les leviers de valorisation

- Les approches du **e-Marketing** et l'impact sur la relation client
- Les leviers de valorisation de la filière au travers de clusters d'innovation : **initiative Invinotech**

Jour 2

Les tendances et attentes du marché

- Mettre en perspective les **attentes des consommateurs et des professionnels** – création de la valeur au travers d'une chaîne de la valeur durable : du vin au verre
- Établir une stratégie e-Marketing de valorisation

Témoignages et conclusion

- Témoignage de **modèle gagnant** – exemple de starts-ups et des autres secteurs d'activités
- Partage d'expérience des participants



Coralie HALLER

Enseignant-chercheur

DEVEZ-VOUS ACTEUR DE LA
RÉVOLUTION DIGITALE
DANS LE MONDE DU VIN !

Enseignant-Chercheur en Entrepreneurat et Management des systèmes d'information à l'EM Strasbourg. Après une expérience professionnelle dans différentes industries en France et en Australie, elle a rejoint l'EM Strasbourg et dirige le Master Grande École en « International Wine Management et Tourism » et le Master 2 « Management du tourisme ». Elle est également responsable de la Chaire « Vin et Tourisme ».

► **Durée : 2 jours**

► **Publics : personnes ayant un projet d'entrepreneuriat dans l'œnotourisme**

Tarif de la formation

à partir de **1200€** TTC/pers



INVINOTECH®

MANAGEMENT DES CONNAISSANCES

MANAGER LES CONNAISSANCES POUR INNOVER

Objectifs

- Identifier les enjeux que constituent le **management des connaissances** pour les managers et les organisations
- Identifier et appliquer les théories classiques du **Knowledge Management** (approche par les routines, approche cognitive, approche japonaise)
- Identifier les clés pour piloter des **communautés de pratique**
- Impulser une **dynamique collaborative**
- Identifier les clés pour **manager un expert**

Programme

Jour 1

Favoriser l'innovation par la création, le partage et la codification de connaissances

Les enjeux du KM dans une économie fondée sur les connaissances.

L'approche comportementale : adapter les routines organisationnelles aux changements de l'environnement.

L'approche cognitive : modifier les représentations individuelles et la vision stratégique.

L'approche japonaise du KM : innover en mettant en place des dispositifs de conversion de connaissances (cas Matsushita, Canon, Toyota...).

Jour 2

Piloter l'innovation via les communautés de pratique

Apports des communautés de pratique et apports en terme de production de best practices, d'échanges d'expériences, de développement de compétences et de collaboration (cas Xerox).

Comment piloter les communautés de pratique ? Gérer la tension pilotage / auto-organisation, le nouveau rôle du manager, impact sur l'innovation (cas Ubisoft, Radio France, EDF, IBM, Siemens, ...).

Gérer les experts via les communautés (comment définir l'expert, gestion de l'expert via les processus RH et les communautés).



Jean-Philippe BOOTZ

Maître de conférences

INNOVER PAR UNE STRATÉGIE DE MANAGEMENT DES CONNAISSANCES FONDÉE SUR LA COLLABORATION

Maître de Conférences HDR à l'EM Strasbourg où il occupe la fonction de responsable de la Chaire de management des connaissances. Spécialisé dans le Knowledge Management (KM) ses recherches se centrent sur la prospective stratégique, les communautés de pratique et l'expertise. Il publie dans des revues nationales et internationales (Technological Forecasting and Social Change, Knowledge Management Research & Practice). Il accompagne également des projets de KM dans différents types d'organisations (associations, PME, grandes entreprises).

► **Durée : 2 jours**

► **Publics : dirigeants, managers, cadres et experts d'entreprises de toutes tailles**

Tarif de la formation

à partir de **1200€** TTC/pers

MANAGEMENT DE LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES

DONNEZ UNE DIMENSION STRATÉGIQUE ET MANAGÉRIALE À LA RSE

Objectifs

- Comprendre le contenu des nouvelles politiques stratégiques et managériales intégrant l'impératif du **développement durable**
- Savoir formuler une **démarche stratégique** Responsabilité Sociale des Entreprises
- Actualiser la relation de l'entreprise avec ses différents environnements
- Étudier ce qu'elle peut concrètement apporter en terme de **création de valeur business et sociétale**

Programme

La formation vise à montrer comment l'engagement dans la RSE est fondamentalement stratégique, partagé et créateur de valeur

Jour 1

- Pourquoi le développement durable est devenu une opportunité stratégique pour l'entreprise ?
Les approches de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise
- Comment intégrer le développement durable à l'entreprise ?
Les outils de diagnostic et le dialogue avec les parties prenantes
- Comment piloter une démarche RSE ?
La performance globale et le management des processus-clés

Jour 2

- Les voies de progrès et les facteurs-clés du succès. L'exercice de la fonction développement durable dans l'organisation, un nouveau métier pour les opérationnels
- Le management du changement
- Échanges avec le groupe, documents de référence et cas pratique de mise en situation



Pia IMBS

Maître de conférences

APPRÉHENDER LA DIMENSION STRATÉGIQUE ET MANAGÉRIALE DE LA RSE

Maître de conférences en sciences de gestion HDR, responsable de la Chaire RSE et référent développement durable à l'EM Strasbourg. Auteur d'une vingtaine de publications académiques et professionnelles dans le domaine de la RSE

► **Durée : 2 jours**

► **Publics : dirigeants et cadres d'entreprises privées et publiques**

Tarif de la formation

à partir de **1200€** TTC/pers

LA RSE : NOUVEAUX CHAMPS D'ACTION POUR LES RESPONSABLES RESSOURCES HUMAINES

Objectifs

- Montrer en quoi les responsables ressources humaines font face à des responsabilités nouvelles et élargies
- Donner des pistes d'action pour **faire adhérer** les salariés à la RSE et donner une **dimension sociétale** au projet de l'entreprise

Programme

La formation vise à montrer les nouveaux enjeux de la RSE pour les professionnels de la gestion des ressources humaines

- Les préoccupations du DRH en matière de développement durable
- Bien faire son métier de DRH constitue un pré-requis
- Innover et aller au-delà
- Les principaux chantiers d'une GRH durable
- La GRH responsable : principes et législation
- La RSE s'exerce dans des groupes multinationaux : un changement d'échelle de la stratégie RH
- Les indicateurs RH dans la RSE
- La feuille de route



Pia IMBS

Maître de conférences

APPREHENDER LA DIMENSION STRATÉGIQUE ET MANAGÉRIALE DE LA RSE

Maître de conférences en sciences de gestion HDR, Responsable de la Chaire RSE et référent développement durable à l'EM Strasbourg. Auteur d'une vingtaine de publications académiques et professionnelles dans le domaine de la RSE.

► **Durée : 1 jour**

► **Publics : dirigeants et cadres d'entreprises privées et publiques**

Tarif de la formation

à partir de **600€** TTC/pers

MANAGEMENT INTERCULTUREL

COMMENT AMÉLIORER SON EFFICACITÉ DANS UN CONTEXTE GLOBAL ?

Objectif

- Adapter son comportement à différents contextes culturels
- Décoder les styles de communication liés aux différents contextes culturels et apprendre à vous y adapter.

Programme

Dans un contexte global, comprendre l'influence de notre propre culture est essentiel. Développer des comportements efficaces en équipe multiculturelle est aujourd'hui un véritable défi pour les managers.

Matin

Développer des comportements efficaces en équipe multiculturelle

- Réagir à des situations difficiles liées aux différences culturelles
- S'accorder sur des pratiques communes acceptables par tous
- Motiver des personnes issues de cultures différentes

Après-midi

- Comprendre comment votre culture influence votre style de communication
- S'adapter et s'exercer à utiliser des styles de communication différents du vôtre
- Développer des stratégies de communication multilingues



Hélène LANGINIER

Enseignant-Chercheur

ADAPTEZ VOUS À DIFFÉRENTS
CONTEXTES CULTURELS
POUR TRAVAILLER
EFFICACEMENT DANS
UN CONTEXTE GLOBAL

Enseignant-chercheur à l'EM Strasbourg, Hélène Langinier enseigne le management interculturel et mène des recherches sur l'adaptation des expatriés et les équipes multilingues. Elle accompagne l'accueil des expatriés dans différentes entreprises. Elle a dix ans d'expérience dans un cabinet d'audit et de conseil international à Luxembourg et à Berlin en tant que recruteur et responsable de la mobilité internationale.

► **Durée : 1 jour**

► **Publics : Professionnels travaillant en contexte multiculturel, public international bienvenu. Le séminaire est proposé en anglais ou en français**

Tarif de la formation

à partir de **600€** TTC/pers

Objectives

MANAGEMENT DES ACHATS

MANAGEMENT DES ACHATS : LES FONDAMENTAUX

Objectifs

- Comprendre les enjeux de la mise en place d'une fonction Achats efficiente
- Développer leur stratégie et utiliser les méthodes d'optimisation de leurs achats
- Améliorer la sélection, la gestion et la performance de leurs fournisseurs
- Défendre leurs intérêts, éviter la guerre des positions et construire une relation durable avec leurs fournisseurs.

Programme

Cette formation offre aux participants une compréhension de l'importance de la fonction Achats et de ses missions. Le responsable Achats doit à la fois maîtriser des outils et des méthodes, et comprendre son implication dans la chaîne de valeur.

Grâce à des expériences et cas concrets, les participants pourront monter en compétences.

Jour 1

Comprendre la maturité de ses Achats et réfléchir sur le positionnement du service dans l'entreprise

- L'acheteur, un Acteur de choix au cœur des écosystèmes complexes
- Le développement des compétences de l'acheteur
- La place de la fonction Achats dans l'entreprise

Mettre en œuvre une stratégie adaptée

- Le cycle des Achats
- La stratégie et Marketing Achats
- La gestion du client interne et des besoins

Jour 2

Utiliser les leviers pour gérer efficacement ses achats

- Le sourcing et la consultation
- Les panels fournisseurs
- La gestion des risques

Piloter et développer ses fournisseurs

- La négociation raisonnée
- Gérer la relation fournisseur pour créer davantage de valeur
- La gestion de l'innovation des fournisseurs



Laurence VIALE

Maître de conférences

Laurence VIALE est enseignant-chercheur en Gestion des Achats. Après une expérience professionnelle de plus de 20 ans dans différentes industries au niveau national et international, elle a rejoint l'EM Strasbourg et dirige le Master 2 « MAE cadre » ainsi que la spécialisation Achats et SCM du Programme Grande Ecole. Elle y apporte son expertise managériale associée à une approche pragmatique de la fonction Achats.

Docteur en Sciences de gestion, son champ de recherche porte sur la contribution de la fonction Achats dans le processus d'innovation des organisations. Elle est auteur et co-auteur de plusieurs articles, cas sur cette thématique.

► **Durée : 2 jours**

► **Publics : Acheteurs et responsables Achats ou futurs acheteurs souhaitant monter en compétences.**

Tarif de la formation

à partir de **1200€** TTC/pers

MODALITÉS DES PROGRAMMES

LES MODALITÉS DES PROGRAMMES COURTS

A qui s'adressent ces formations ?

L'offre Executive – Programmes courts de l'EM Strasbourg s'adresse à un collaborateur ou à un groupe de collaborateurs souhaitant monter en compétences et s'adapter aux évolutions de son métier et de son environnement.

Votre formation en pratique

Format type d'un jour de formation :

- 2 demi-journées de 3H30 chacune ponctuées d'une pause-café/viennoiseries. La formation a lieu **dans les locaux de l'EM Strasbourg**.
- 7 participants minimum, 20 participants maximum.
- Tarif d'une journée : 600€ TTC hors frais de restauration*
- Possibilité de déjeuner avec les participants et l'intervenant.
(*Ne s'applique pas pour la formation Jeunes entrepreneurs d'entreprises familiales***)

Tarifs Alumni EM Strasbourg disponibles sur demande.

À l'issue de la formation un certificat de participation est délivré par l'EM Strasbourg.

Toutes nos formations sont réalisables sur mesure, dans votre entreprise. Pour plus de renseignements, contactez-nous.

* Tarif habituel de la ½ journée : 300€ TTC / ** Tarif différent à la journée

Comment participer ?

- **Date limite d'inscription** aux formations du 1^{er} semestre N+1 pour un financement par une entreprise ou un organisme professionnel : **15 décembre**.
- Inscription au fil de l'eau possible pour les financements individuels et les formations du 2^{ème} semestre N+1.

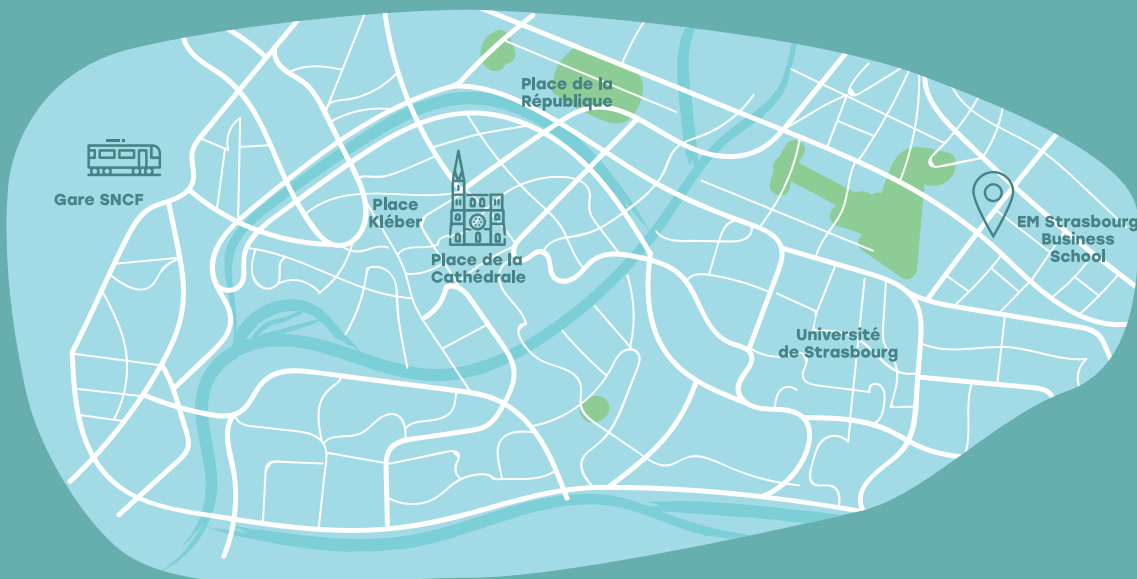
Une demande particulière ?

Sur la base de notre expertise, avec une approche scientifique, pédagogique et pragmatique, nous vous proposons également de développer pour votre entreprise, une formation « sur mesure » répondant à vos problématiques et besoins spécifiques.

Consultez le catalogue de l'offre Executive – programmes courts en ligne sur le site de l'école **www.em-strasbourg.eu** (rubrique formations, Bouton « formations courtes »).

Contact

executive.education@em-strasbourg.eu



L'EM STRASBOURG BUSINESS SCHOOL, AU CŒUR DU CENTRE VILLE

Vélo : À 10 min du centre-ville

Piéton : À 20 min du centre-ville

Transports en commun :

Depuis la gare ou le centre ville, tram C direct, direction Neuhof Rodolphe Reuss, arrêt Observatoire puis 3 minutes de marche

EM Strasbourg Business School

61 avenue de la Forêt-Noire

F-67085 Strasbourg Cedex



Retrouvez-vous nous sur



EM Strasbourg Business School
61 avenue de la Forêt-Noire
F-67085 Strasbourg Cedex
Tél. : 03 68 85 80 00

www.em-strasbourg.eu