



## Formations demi-journées

Piloter l'entreprise  
Communication  
Développer le capital humain  
Influence professionnelle  
Performance individuelle

# STRATÉGIE ET DIRECTION D'ENTREPRISE



## L'EXCELLENCE DES DIRIGEANTS

Stratégie et pilotage, objectifs à court terme et vision à long terme, investissements et financement, social, communication... Les dirigeants sont constamment sollicités sur tout ce qui fait la vie et la performance de l'entreprise, et sa pérennité aussi.

**EFE CURSUS DIRIGEANTS** accompagne chacun d'entre eux dans un parcours de modules de formation qu'il aura lui-même construit en fonction de ses besoins spécifiques.

Chaque module est animé par les meilleurs experts praticiens du domaine et donne ainsi la garantie d'une compétence 100 % opérationnelle.

Le format de ces modules de compétences, exclusivement proposés sur une demi-journée, est parfaitement adapté aux emplois du temps des dirigeants :

- des modules courts et denses en matinée ou en soirée,
- des groupes à effectif volontairement restreints (2 à 6),
- des espaces formation avec toutes les commodités d'accès et de transport.

**EFE CURSUS DIRIGEANTS**

5 modules d'une demi-journée au choix

Prix : 8 500 € HT

<b>PILOTER L'ENTREPRISE</b>	<b>830</b>
<b>Décisions stratégiques</b>	<b>830</b>
Jeu de Go et stratégie	
Diagnostiquer et construire une nouvelle culture d'entreprise	
Élaborer une vision porteuse de performance et de changement	
Mettre en place un changement stratégique	
Créer de la valeur pour son entreprise	
Mettre en place une démarche de progrès continu	
Innover pour augmenter la compétitivité	
Développer la créativité de l'entreprise	
L'art et la créativité au service du management	
Construire un business plan pertinent	
Dynamiser la performance achat de l'entreprise	
Mettre en œuvre une stratégie gagnante de Développement Durable	
Qu'est-ce qu'une entreprise responsable ?	
Manager son entreprise par projet	
<b>GRH, Droit social et Relations sociales</b>	<b>832</b>
Optimiser son capital humain	
Communiquer avec les partenaires sociaux	
<b>Droit des sociétés et des affaires</b>	<b>832</b>
Responsabilité des dirigeants : maîtriser les risques	
<b>Fiscalité</b>	<b>832</b>
ISF et bouclier fiscal	
<b>Ingénierie patrimoniale</b>	<b>833</b>
Approche patrimoniale du chef d'entreprise	
Family Office	
Transmission d'entreprise	
<b>Finance</b>	<b>833</b>
Se financer quand les banques ne prêtent plus	
Mesurer les implications de la crise actuelle dans la finance de l'entreprise	
Restaurer la confiance dans la relation banque-entreprise	
Investir en période de crise : est-ce raisonnable ?	
Lever des capitaux en période de crise	
Rémunération des dirigeants : maîtriser les mécanismes	
<b>COMMUNICATION</b>	<b>834</b>
Communiquer en situation de crise	
Réussir ses interviews stratégiques	
Communiquer à ses actionnaires et investisseurs - Shareholders	
Impliquer les parties prenantes externes - Stakeholders	
<b>DÉVELOPPER LE CAPITAL HUMAIN</b>	<b>835</b>
Être manager aujourd'hui	
Cultiver la diversité pour assurer l'efficacité	
Développer l'efficacité de son Comité de Direction	
Développer et transmettre son courage	
Réussir ses prises de parole stratégiques (en français, anglais, espagnol, italien...)	
<b>INFLUENCE PROFESSIONNELLE</b>	<b>836</b>
Affirmer son leadership	
4 minutes pour convaincre	
Développer son influence personnelle	
Développer son marketing personnel et professionnel	
<b>PERFORMANCE INDIVIDUELLE</b>	<b>836</b>
Développer son réseau : les think-tanks	
Analyser et comprendre les problèmes par une approche systémique	



# PILOTER L'ENTREPRISE

## ➤ Décisions stratégiques

### Jeu de Go et stratégie

Code 5801

Plus encore que le jeu d'échecs, le jeu de go, en apparence très simple, pousse à maîtriser ses instincts pour les soumettre à son véritable objectif : gagner.

- Foncer tête baissée ou encercler patiemment ?
- Choisir la confrontation ou le compromis ?
- Choisir la ténacité ou l'innovation ?
- Quel est le bon moment pour jouer la surprise ?
- Finalement, le but c'est de gagner ou de détruire l'autre ?

#### Intervenant

Pierre-Emmanuel MOOG  
Consultant en Management  
MOOG CONSEIL

### Diagnostiquer et construire une nouvelle culture d'entreprise

Code 5802

La culture de l'entreprise, comme de toute collectivité, évolue. Pour être performante, une culture doit rester cohérente avec les buts que se donne la société. Ce n'est pas toujours le cas.

- Quel est votre mythe fondateur ?
- Formons-nous une société seulement pour maximiser le profit et obtenir un salaire ?
- Êtes-vous une secte conquérante ou une organisation impérialiste ?
- Pour faire évoluer sa culture, faut-il agir sur les rites ou proclamer des valeurs ?

#### Intervenant

Pierre-Emmanuel MOOG  
Consultant en Management  
MOOG CONSEIL

### Élaborer une vision porteuse de performance et de changement

Code 5803

Pour être performante, l'entreprise d'aujourd'hui doit avoir une vision stratégique qui soit partagée par tous, collaborateurs et dirigeants. Pour construire cette vision et assurer sa cohérence, l'entreprise doit aller au-delà des seuls règlements et procédures et s'appuyer sur une identité collective qui devient le point de référence de l'ensemble de ses collaborateurs. Relever ce défi requiert plusieurs exigences : accepter potentiellement un changement de culture d'entreprise et surtout faire vivre cette vision chaque jour au travers des comportements, des actions, des objectifs, des pratiques et du langage. Ce module permet d'approcher de manière pragmatique les éléments essentiels de l'élaboration et du pilotage de ce processus clé pour la réussite des entreprises.

- Pourquoi élaborer une vision ? Pour répondre à quels enjeux ?
- Quels processus d'élaboration et de pilotage porteurs des changements visés ?
- Quels risques et facteurs clés de succès ?

#### Intervenant

BL Consultant

### Mettre en place un changement stratégique

Code 5804

Pour faire évoluer l'ensemble de son organisation, afficher sa volonté est important mais ne suffit plus. La mise en place de sa stratégie est un processus profondément politique : décryptage.

- Reconnaître ses alliés et ses opposants.
- Générer une dynamique collective.
- Adapter sa communication.

#### Intervenant

Pierre-Emmanuel MOOG  
Consultant en Management  
MOOG CONSEIL

### Créer de la valeur pour son entreprise

Code 5805

Le monde anglo-saxon recherche la création continue de la valeur, c'est-à-dire le « cash » et/ou la rentabilité du capital. Il avait déjà exporté la méthode « de l'analyse de la valeur » pour maximiser l'usage des ressources manquantes de matières premières. Aujourd'hui, l'approche est essentiellement financière :

- Qu'est-ce que la « valeur » pour l'entreprise ?
- Quels outils et critères pour mesurer la valeur à créer / créée (VAN, ROI...)?
- Faut-il raisonner à court ou long terme ?

Mais il ne faut pas oublier d'ancrer la notion de valeur à la réalité technico-économique de l'entreprise au sein de son marché (sous peine de créer un effet subprime...)

#### Intervenant

Denis ZANDVLIET  
Consultant en Organisation et Stratégie  
Associé  
VALU€360

### Mettre en place une démarche de progrès continu

Code 5806

Le potentiel de la démarche de progrès continu en gains et économies attire les chefs d'entreprises de tous secteurs et les responsables du secteur public. La réussite de cette démarche dépend pour beaucoup de la maturité de l'organisation et de la motivation des personnels.

Cette démarche peut s'appuyer sur des méthodes comme le Kaizen ou la Roue de Deming et même le Lean. Elle se caractérise par une amélioration graduelle, nécessitant peu d'investissements. Elle concerne les gestes quotidiens de chacun. Mais elle implique une évolution de la culture d'entreprise, avec une nécessité de mesurer les progrès de façon objective.

- Comment mettre en place cette démarche ?
- Faut-il récompenser financièrement ses personnels ?

#### Intervenant

Denis ZANDVLIET  
Consultant en Organisation et Stratégie  
Associé  
VALU€360

## Innovier pour augmenter la compétitivité

Code 5807

Face à la mondialisation et à l'accentuation de la concurrence, les entreprises ne peuvent plus faire l'économie de l'innovation si elles veulent continuer à exister. Elles doivent savoir répondre au bon besoin avec la bonne performance et la bonne communication. Elles doivent savoir innover et créer de la valeur tout au long du cycle de vie de leurs produits.

- Déterminez votre innovation.
- Organisez-vous pour rendre l'innovation naturelle.
- Appliquez votre démarche d'innovation à vos produits et services.
- Mobilisez vos ressources et vos compétences.

### Intervenant

Arnaud GROFF  
Consultant en management de l'innovation  
INOVATECH 3V

## Développer la créativité de l'entreprise

Code 5808

L'amalgame est souvent fait entre créativité et innovation. Il est évident qu'elle est source d'innovation mais qu'entend-on plus précisément par créativité et surtout, aujourd'hui, comment l'appréhende-t-on dans l'entreprise ?

- Savoir intégrer la créativité dans son organisation et dans ses projets.
- Mettre en place un « processus de créativité » structuré.
- Maîtriser les outils de créativité individuelle et collective.
- Savoir passer de l'idée à la solution.

### Intervenant

Arnaud GROFF  
Consultant en management de l'innovation  
INOVATECH 3V

## L'art et la créativité au service du management

Code 5809

L'approche par l'art est un levier de renouvellement infini. Ce module de créativité structurée et motivante offre des clés d'application pour un management porteur de sens.

- Mettre en perspective la coordination managériale des talents et des contraintes avec une incursion dans l'atelier du peintre : Rubens, Bruegel, Vinci.
- Acquérir une vision nouvelle de la créativité appliquée à l'entreprise : un détour par l'imaginaire pour enrichir le réel d'une valeur ajoutée.
- Découvrir l'essentiel de son processus d'innovation personnel pour mieux l'optimiser.

### Intervenant

Christine CARSTENSEN  
Consultante Formatrice et coach

## Construire un business plan pertinent

Code 5810

Pour financer un projet majeur ou une création d'entreprise, un business plan est demandé par les financeurs. D'usage externe donc, c'est aussi un outil de communication interne pour motiver les équipes. Les points clés pour créer un business plan pertinent :

- Objectif du business plan : créer la confiance.
- Contenu : la situation actuelle, l'opportunité, les objectifs, la stratégie, les moyens, les étapes.
- Outil de prévision et du suivi d'avancement.

### Intervenant

Denis ZANDVLIET  
Consultant en Organisation et Stratégie  
Associé  
VALU€360

## Dynamiser la performance achat de l'entreprise

Code 5811

La performance achat est plus que jamais à l'ordre du jour. Obtenir au moment voulu des produits et des prestations de qualité, et ceci au meilleur coût, est le préalable incontournable d'une bonne position concurrentielle. Si la grande majorité des chefs d'entreprises en est convaincue, on constate de très fortes disparités de performance entre les organisations achats des entreprises. Ces disparités tiennent pour beaucoup à une connaissance pratique inégale et souvent insuffisante qu'ont les cadres dirigeants des conditions de l'efficacité des achats.

Le module de formation focalise l'attention et la réflexion des participants sur :

- Les fondamentaux de l'efficacité des achats : quelles ressources humaines, quels outils, quelles organisations, quelles nouvelles formes de relations avec les fournisseurs.
- Les écueils classiques et fréquents qui viennent perturber les meilleurs plans d'action.
- Le rôle essentiel de tous les dirigeants pour contribuer à la performance, notamment en matière de cohérence des objectifs fixés à leurs équipes et de travail en commun des prescripteurs, des utilisateurs et des acheteurs.

### Intervenant

Jean IDIER  
Consultant Formateur  
Président  
IDJ CONSULT

## Mettre en œuvre une stratégie gagnante de Développement Durable

Code 5812

Sous le double effet de l'opinion publique et de la pression réglementaire, les problématiques du Développement Durable (DD) sont devenues incontournables dans l'entreprise d'aujourd'hui. L'enjeu consiste à transformer les contraintes du DD en avantage concurrentiel par des stratégies de différenciation et par le déploiement d'actions et de bonnes pratiques gagnantes.

- Valider les thématiques porteuses du DD.
- Intégrer un plan DD dans la stratégie d'entreprise.
- Mettre en place des indicateurs de performances (ROI, gains de notoriété, d'image...).
- Assurer, par le DD, un véritable avantage concurrentiel.

### Intervenant

Jean-François MEIZAIZE  
Consultant Formateur  
Banque de France



## Qu'est-ce qu'une entreprise responsable ?

Code 5813

La responsabilité sociale de l'entreprise, thème à la mode ou véritable (r)évolution managériale ? Certaines avancées réelles constatées plaident pour un refus de la conformité apparente ou de l'attentisme : l'entreprise de demain doit non seulement se préoccuper de sa rentabilité et de sa croissance, mais aussi de ses impacts environnementaux et sociaux et développer son attention aux préoccupations des parties prenantes. Ce module défriche le maquis des sigles et nouveaux outils de gestion et apporte quelques réponses pragmatiques à ceux qui veulent s'engager dans cette démarche.

- RSE, développement durable, éthique : quelle définition ? Quels enjeux pour une entreprise ?
- Quelles démarches engager ? Quels bénéfices en retirer ? Quels impacts sur la gouvernance ? Le management ?
- Quels outils de management et de suivi ?

### Intervenant

BL Consultant

## Manager son entreprise par projet

Code 5814

- Le développement systématique des compétences de l'ensemble des acteurs impliqués dans les projets : chefs de projets, directeurs de projets, membres de comités de pilotage.
- La mise en œuvre d'une ingénierie de projet adaptée aux spécificités de l'entreprise (cartographie et ordonnancement des projets de l'entreprise, tableaux de bord de projets, corpus méthodologique, outils d'analyse des risques, logiciels de gestion de projets...).
- La mise en œuvre et l'organisation de structures de pilotage spécifiques au management par projet : steering committees, PMO, cellule d'audit de projets, risk managers.

### Intervenant

Arnaud GROFF  
Consultant en management de l'innovation  
INOVATECH 3V

## > GRH, Droit social et Relations sociales

### Optimiser son capital humain

Code 5815

L'humain « première richesse de l'entreprise » et principal poste de coûts est aussi, en période de crise, un facteur clé d'ajustement du compte d'exploitation et de gestion des changements. Repérer les leviers clés de sa performance, identifier les risques à venir, mettre en ligne les politiques de GRH et la stratégie constituent dans ce contexte autant d'éléments déterminants de l'efficacité et du « goodwill ». En nous appuyant sur des expériences menées en entreprise nous aborderons ensemble les différents points qui suivent :

- Aligner les politiques de gestion du capital humain sur la stratégie d'entreprise.
- Faire du management des compétences un levier efficace pour conduire la mise en œuvre des politiques.
- Contrôler et piloter les performances : définir ses points de vigilance et ses indicateurs.

### Intervenant

BL Consultants

## Communiquer avec les partenaires sociaux

Code 5816

Être prêt(e) à négocier avec les partenaires sociaux : vous préparer, connaître vos interlocuteurs, anticiper les manœuvres, dérouler une stratégie tout en pouvant surprendre et sortir du cadre.

- Les partenaires sociaux, le changement de logique, les règles du jeu, la stratégie.
- Liste de tous les pièges possibles, même les plus improbables.
- Scénarios de réussite, sens de la répartition et de l'apparente improvisation.

### Intervenant

Journaliste, formateur et coach spécialiste de l'approche systémique, de la communication du changement et des techniques d'influence.  
CFPJ Leadership

## > Droit des sociétés et des affaires

### Responsabilité des dirigeants : maîtriser les risques

Code 5817

Face au nouveau code de gouvernement d'entreprise et aux réformes de dépenalisation du droit des affaires, il est nécessaire, pour les dirigeants d'entreprises, de faire le point sur l'impact des nouvelles dispositions sur l'étendue de leur responsabilité. Il est plus que jamais nécessaire de prévenir la mise en œuvre de sa responsabilité civile et pénale, par l'apprentissage des meilleures pratiques de détection et de prévention de ces risques.

- Loi de sauvegarde des entreprises : allègement ou rationalisation de la responsabilité des dirigeants d'une entreprise en difficulté ?
- Informations financières, fiscales et sociales : risque ou opportunité ?
- Comment prévenir la mise en cause des dirigeants en temps de crise ?
- Responsabilité pénale et sociale : comment y faire face ?

### Intervenant

Arnaud CONSTANT  
Avocat Associé  
SAVIN MARTINET ASSOCIÉS

## > Fiscalité

### ISF et bouclier fiscal

Code 5818

Le contexte médiatique de baisse de la collecte de l'ISF ne doit pas occulter la nécessité d'optimiser sa stratégie patrimoniale. Il convient plus que jamais de mettre en place les derniers dispositifs défiscalisants afin de minimiser l'impact de l'ISF sur son patrimoine.

- Comment et pourquoi bénéficier des exonérations au titre des investissements dans les PME ?
- Comment réussir à cumuler les diverses exonérations existantes ?
- Bouclier fiscal et plafonnement de l'ISF : comment les combiner ?
- Quelle définition des holdings animatrices ?

### Intervenant

Paul DUVAUX  
Avocat spécialiste en droit fiscal  
SELARL PAUL DUVAUX

## > Ingénierie patrimoniale

### Approche patrimoniale du chef d'entreprise

Code 5819

La spécificité des entreprises familiales nécessite d'associer les proches afin d'optimiser la répartition des pouvoirs et la transmission du capital. À cet effet, il est nécessaire de maîtriser les dernières évolutions juridiques et fiscales mais il est aussi important d'acquiescer une approche globale pour organiser parallèlement la gestion du patrimoine professionnel et privé.

- Évolutions juridiques et fiscales : comment les traduire en opportunités pour les actionnaires de sociétés familiales ?
- Quelles sont les stratégies patrimoniales les plus pertinentes selon les situations concernées et les objectifs poursuivis ?

#### Intervenant

William DOSIK  
Family Officer

### Family Office

Code 5820

Face à la crise financière et économique et aux divers scandales financiers, les Family Offices, spécialistes du conseil aux grandes fortunes privées et professionnelles, offrent une alternative aux « déçus » du système financier. Mais il leur faut s'organiser pour faire face à cet enjeu. Ils doivent aussi répondre à des attentes nouvelles, liées à l'évolution de l'environnement réglementaire, fiscal, mais aussi aux préoccupations des familles fortunées ou entrepreneuriales : gouvernance familiale, gestion transgénérationnelle, renforcement de la réglementation et de la technicité, plafonnement des niches fiscales, constitution de fonds... Dans ce contexte, quelle stratégie adopter ?

- Les dernières pratiques du Family Office.
- La gestion des risques.
- La sécurisation et la transmission du patrimoine.
- L'impact d'une loi de finances sur les stratégies patrimoniales.
- Les techniques de gestion d'actifs financiers et immobiliers.
- La gouvernance familiale comme outil de gestion intergénérationnelle.

#### Intervenant

François MOLLAT du JOURDIN  
Président - Fondateur  
FINANCIÈRE MJ – FAMILY OFFICE

### Transmission d'entreprise

Code 5821

60 000 : c'est l'estimation du nombre annuel de transmissions d'entreprises pour les trois prochaines années. Et parce que chaque opération présente des particularités, il est indispensable d'avoir une vision globale des enjeux.

- Appréhender les différentes techniques d'évaluation d'une société.
- Connaître les spécificités d'une transmission intrafamiliale.
- Faire le point sur les nouvelles opportunités introduites par la LME en cas de cession d'une entreprise.
- Maîtriser les techniques juridiques et fiscales d'une cession et envisager l'opportunité d'une délocalisation.
- Connaître les meilleures techniques juridiques et fiscales de gestion des fonds post cession.

#### Intervenant

Paul DUVAUX  
Avocat spécialiste en droit fiscal  
SELARL PAUL DUVAUX

## > Finance

### Se financer quand les banques ne prêtent plus

Code 5822

Pour faire face à la frilosité des banques en matière de crédit, les entreprises sont plus que jamais contraintes de diversifier leurs sources de financement. Quelles sont les nouvelles pistes à explorer ?

- L'autofinancement, la solution ?
- Peut-on améliorer son BFR ?
- Comment renforcer son FRN ?
- Quelles sont les autres sources de financement possibles ?

#### Intervenant

Catherine GARCIA-WIEME  
Associée  
CLAREFI  
FINANCE ET COMMUNICATION FINANCIÈRE

### Mesurer les implications de la crise actuelle dans la finance d'entreprise

Code 5823

La crise financière a balayé un certain nombre de pratiques. Elle remet ainsi en cause les règles du jeu actuelles. Quel va être le nouveau visage de la finance d'entreprise ? Le concept de finance durable va-t-il enfin se développer ?

- Vers un nouvel équilibre entre les parties prenantes ?
- L'effet de levier en question
- Faut-il gérer différemment ?
- Doit-on tout réglementer ?

#### Intervenant

Catherine GARCIA-WIEME  
Associée  
CLAREFI  
FINANCE ET COMMUNICATION FINANCIÈRE

### Restaurer la confiance dans la relation banque - entreprise

Code 5824

Dans un contexte économique défavorable, les projets de croissance des entreprises sont gravement compromis par le durcissement des conditions du crédit bancaire. Le renforcement de la relation de confiance entre chef d'entreprise et banquier est devenu un enjeu stratégique pour la pérennité ou la survie de l'entreprise.

- Tensions révélées par la crise ou mal profond ?
- Quel rôle pour quelle banque ?
- Le crédit en question
- Vers des relations différentes ?

#### Intervenant

Catherine GARCIA-WIEME  
Associée  
CLAREFI  
FINANCE ET COMMUNICATION FINANCIÈRE



## COMMUNICATION

### Investir en période de crise : est-ce raisonnable ?

Code 5825

Poursuivre son développement dans un contexte de crise : tel est le défi des dirigeants et investisseurs. Comment déterminer la pertinence de vos projets d'investissement ?

- Selon quels critères investir ?
- Pour quelle rentabilité ?
- Le financement en question
- Quelle stratégie ?

#### Intervenant

Catherine GARCIA-WIEME  
Associée  
CLAREFI  
FINANCE ET COMMUNICATION FINANCIÈRE

### Lever des capitaux en période de crise

Code 5826

Pour accompagner le développement ou répondre aux difficultés financières, la recherche de capitaux reste au cœur des préoccupations des entreprises. Le contexte financier et économique actuel nécessite de repenser le mécanisme de levée des capitaux. De quelle façon ?

- De quelle crise parle-t-on ?
- Comment identifier les sources de financement ?
- L'importance de la communication en temps de crise
- Comment faire son « marketing financier » ?

#### Intervenant

Catherine GARCIA-WIEME  
Associée  
CLAREFI  
FINANCE ET COMMUNICATION FINANCIÈRE

### Rémunération des dirigeants : maîtriser les mécanismes

Code 5827

La rémunération des dirigeants est devenue un outil de communication financière important pour l'entreprise. La structure de rémunération et les conditions de performance qui s'y attachent sont autant de signaux pour les investisseurs et les analystes financiers, révélateurs de l'orientation stratégique de la société et de sa santé financière. Par ailleurs, la multiplicité des éléments de rémunération assortis de régimes comptables, fiscaux, juridiques et sociaux différents rend nécessaire une analyse approfondie de chaque élément. Enfin, l'alignement des intérêts des actionnaires sur ceux des dirigeants reste au cœur de la gouvernance moderne de l'entreprise renouvelant la nécessité de travailler sur une rémunération globale liée à la création de valeur durable à long terme de l'entreprise. Les éléments clés à connaître :

- Optimisation fiscale et sociale.
- Actionnariat des dirigeants.
- Best Practices et recommandations AFEP / MEDEF (cumul contrat de travail/mandat social, golden parachutes et retraite chapeau notamment).
- Pratiques étrangères (États-Unis, Royaume-Uni et Allemagne).
- Impact de la structure de la rémunération des dirigeants sur la communication financière.

#### Intervenant

Didier HOFF  
Expert en rémunérations, Directeur Associé  
FIDAL INTERNATIONAL

### Communiquer en situation de crise

Code 5828

Se préparer à communiquer efficacement en période de crise, comprendre ce que les journalistes viennent chercher en situation de crise et ce qu'ils attendent de votre communication.

- Se préparer aux différents scénarios possibles.
- Exercices pratiques sur les premières réactions face à la crise.
- Le point presse et la prise en compte du mode de fonctionnement des journalistes en cas de crise.
- Sortir « plus fort » d'une période de crise.

#### Intervenant

Journaliste et conseiller en communication de crise, ayant préparé de nombreux dirigeants d'entreprises privées et publiques, avocats, politiques.  
CFPJ Leadership

### Réussir ses interviews stratégiques

Code 5829

Comprendre la logique du journaliste, intégrer les spécificités des interviews à fort enjeu, comprendre ce que les journalistes viennent chercher en situation de crise et faire passer ses messages.

- Les spécificités de vos interviews, quelles soient télé, radio ou presse.
- Maîtriser la durée de son intervention tout en conservant le message essentiel.
- Maîtriser son attitude : décontraction, concentration, gestion du trac.
- Les enjeux et les risques de l'interview polémique.
- Entraînement intensif grâce aux nombreux exercices face à la caméra.

#### Intervenant

En fonction de l'interview qui s'annonce, l'expert recommandé peut être journaliste de presse nationale ou régionale, généraliste ou spécialisée, journaliste de radio ou encore de télévision. Grâce à son réseau international, le CFPJ est en mesure de mobiliser de nombreux correspondants étrangers en France et dans le monde.  
CFPJ Leadership

### Communiquer à ses actionnaires et investisseurs - Shareholders

Code 5830

SFAF, analystes, investisseurs, journalistes : valoriser vos résultats, rassurer et convaincre.

- Trouver l'accroche gagnante de votre présentation.
- Créer des messages convaincants pour les différents publics.
- Renforcer l'image que vous donnez de vous et de l'entreprise lors de votre prise de parole.
- Apprendre à gérer votre trac et vos émotions en situation.
- Développer votre répartie en situation en vous soumettant au jeu des questions-réponses.

#### Intervenant

En fonction du contexte, expert en communication institutionnelle et financière ou journaliste spécialisé en communication financière.  
CFPJ Leadership

## Impliquer les parties prenantes externes - Stakeholders

Code 5831

Développer une communication efficace en interne comme en externe.

- Mettre en place une stratégie de communication adaptée aux situations multiples et complexes.
- Prise en compte des relations avec les pouvoirs publics.
- Impact sur l'opinion publique : prise en compte du développement durable, de l'éthique et de l'environnement.

### Intervenant

Consultant senior expérimenté dans les divers secteurs des activités économiques et institutionnelles. Excellente connaissance stratégique des différents types de communication interne et externe.  
CFPJ Leadership

# DÉVELOPPER LE CAPITAL HUMAIN

## Être manager aujourd'hui

Code 5832

Être manager aujourd'hui c'est à la fois posséder une solide expertise mais aussi et surtout être capable de motiver chacun et tous pour contribuer à la performance de l'entreprise. À la poursuite de cet objectif prioritaire de performance, manager devient délicat. Le manager anticipe, décide, gère, fixe des objectifs, organise, pilote, négocie, évalue, communique, motive, anime, aide à changer et à travailler ensemble. À cela s'ajoute la nécessité croissante d'établir un climat de travail favorable pour des équipes toujours plus sous pression : le manager endosse aujourd'hui aussi la responsabilité de l'épanouissement individuel.

- L'évolution de la fonction managériale.
- Savoir-être et savoir-faire du manager.
- Du manager au manager-coach.
- Manager *versus* leader.
- Manager en temps de crise.

### Intervenant

Ludovic KOSLOFF-TREISTER  
Formateur en relations interpersonnelles, Coach certifié

## Cultiver la diversité pour assurer l'efficacité

Code 5833

L'entreprise est aujourd'hui confrontée à une diversité croissante de ses équipes. Multigénération, mixité, diversité ethnique, internationalisation, fonctionnement matriciel... font coexister des sensibilités et des cultures différentes au sein d'une même équipe. Bien gérées, ces différences sont un véritable potentiel de richesse et de performance pour l'entreprise.

- Diversité culturelle : lui donner du sens.
- Diversité comportementale : s'adapter pourquoi, à qui, comment (base de travail : Profils Success Insights).
- Diversité des motivations : nourrir la motivation pour mobiliser la volonté (base de travail : types Ennéagramme).
- Diversité des résultats : du management de la personne au management de la tâche.

### Intervenant

Ludovic KOSLOFF-TREISTER  
Formateur en relations interpersonnelles, Coach certifié

## Développer l'efficacité de son Comité de Direction

Code 5834

Dans cette situation de crise majeure, toutes les entreprises cherchent à accroître leur performance. Les exigences à l'égard des équipes sont très fortes et la ligne hiérarchique a, du coup, un rôle considérable pour « tenir le tout ». Or, l'impulsion vient du haut. Comment renforcer encore la performance des équipes de direction ? De quoi s'agit-il ? Quels en sont les effets ?

Ce module permet de découvrir comment favoriser les interfaces, permettre que les décisions soient portées par tous et chacun, en cohérence avec l'éthique affichée par le dirigeant... Autant de gisements de performance souvent colossaux.

- Caractériser ce qu'est la performance d'une équipe de direction.
- Identifier les leviers de progression et les modes d'évaluation.
- Renforcer la posture du leader au service de la performance de l'équipe.

### Intervenant

BL Consultants

## Développer et transmettre son courage

Code 5835

Se servir de sa tête comme d'un outil pour « penser » juste. Se servir de son cœur pour s'affranchir de ses peurs. Se servir de son corps pour agir courageusement et affronter avec courage les décisions nécessaires à prendre.

- Qu'est-ce que le courage ?
- De quoi a-t-on besoin pour être courageux ?
- Comment mobiliser ses ressources ?

### Intervenant

Jean-Paul LUGAN  
Consultant, Formateur et Coach en Management des « Hommes et des Organisations »

## Réussir ses prises de parole stratégiques (en français, anglais, espagnol, italien...)

Code 5836

S'assurer d'atteindre son objectif, maîtriser le fond et la forme de son discours ou de sa présentation, parler en confiance.

- Définition de l'objectif. Comment saurai-je qu'il est atteint ?
- Prise en compte du contexte, du public et définition d'une stratégie de communication.
- Structurer son message en fonction de l'objectif : accroche, argumentation, conclusion. Faits marquants, exemples appropriés, anecdotes : ne rien laisser au hasard, roder les effets, étudier la mise en scène.
- Les slides : savoir les choisir, les adapter et les utiliser.
- Anticiper les questions, les remarques, les objections et se préparer à les gérer.

### Intervenant

Habitué des préparations stratégiques de dernière minute et sous pression, l'expert sait en très peu de temps amener un dirigeant à évacuer le stress, structurer efficacement son message et roder son intervention.  
CFPJ Leadership



## INFLUENCE PROFESSIONNELLE

### Affirmer son leadership

Code 5837

Être un excellent communicant, débateur et meneur d'équipes. 5 demi-journées de 5 heures animées par 8 à 10 intervenants complémentaires. Vous suivez cette formation avec 3 autres dirigeants d'entreprises différentes.

- Vous comporter et parler en leader.
- Vous mobiliser et vous détendre.
- Délivrer des messages efficaces.
- Maîtriser les techniques d'influence.
- Développer un sens de la répartie adapté.

#### Intervenants

8 à 10 formateurs, coaches, journalistes, spécialistes en image, experts en gestion émotionnelle, débatteurs, dialecticiens dont le point commun et le principal talent est de vous amener à progresser très rapidement. CFPJ Leadership

### 4 minutes pour convaincre

Code 5838

Acquérir et utiliser les techniques des meilleurs journalistes pour capter l'attention d'un auditeur ou d'un public. Gagner en aisance, séduire, valoriser son image, établir des relations constructives.

- Sans angle, pas d'intérêt.
- Écrire pour être écouté.
- Capter l'auditoire avec une accroche.
- Argumenter de façon convaincante.
- Être cru pour ne pas être cuit.
- Marquer les esprits au moment de conclure.

#### Intervenant

Consultant senior expérimenté dans les divers secteurs des activités économiques et institutionnelles. Excellente connaissance stratégique des différents types de communication interne et externe. CFPJ Leadership

### Développer son influence personnelle

Code 5839

Intégrer à sa communication les règles de l'influence interpersonnelle et être leader de la relation

- La dimension politique de la communication.
- La communication sur le cadre et le terrain professionnel.
- La cohérence de la communication globale.
- La puissance de l'explicitation.
- les techniques d'influence.
- Les étiquettes ou jeux de rôles.

#### Intervenant

Journaliste, formateur et coach spécialiste de l'approche systémique, de la communication du changement et des techniques d'influence. CFPJ Leadership

### Développer son marketing personnel et professionnel

Code 5840

Vous positionner ou vous repositionner en fonction de votre objectif professionnel, savoir vous mettre en valeur et vous présenter avec justesse, développer une stratégie de communication cohérente dans la durée.

- Votre enjeu personnel : ce que vous donnez à voir de vous.
- Alignement de votre discours avec vos actes : les comportements qui vous servent.
- Ce que vous acceptez que les autres disent de vous, ce que vous n'acceptez pas.
- Les mots justes pour la pensée précise.

#### Intervenant

Écoute, empathie, confrontation, maîtrise des protocoles d'accompagnement, l'expert est une rare alchimie entre savoir-faire et savoir-être. CFPJ Leadership

## PERFORMANCE INDIVIDUELLE

### Développer son réseau : les think-tanks

Code 5841

Le dirigeant évolue dans un environnement sociopolitique qu'il peut apprivoiser. À lui de décider de faire cet investissement (à long terme) dans les réseaux. Encore faut-il savoir s'y prendre.

- À quoi sert un think-tank ?
- Lesquels vous correspondent ?
- Comment s'y intégrer pour y développer son réseau ?

#### Intervenant

Pierre-Emmanuel MOOG  
Consultant en Management  
MOOG CONSEIL

### Analyser et comprendre les problèmes par une approche systémique

Code 5842

Les problèmes d'entreprise sont complexes par essence car ils sont rarement d'une seule causalité, mais plus le fait d'une conjonction de faits ou de comportements variés où l'écheveau est difficile à démêler. L'approche systémique permet de sérier les problèmes, les enchaînements de causes ; les principes en sont :

- Nommer le système à étudier et en définir les frontières pour lever les ambiguïtés.
- Identifier les quantificateurs de flux, les indicateurs de performances et les indicateurs de complexités, en général à l'aide de l'étude des flux.
- Structurer le système, par la cohérence des flux et une approche top-down récursive.
- Appliquer les 5 W : What, When, Where, Who, hoW.

#### Intervenant

Denis ZANDVLIET  
Consultant en Organisation et Stratégie  
Associé  
VALU€ 360

## BL Consultants



Cabinet de conseil en management, accompagne depuis plus de 20 ans les changements dans les entreprises. Parce que l'impulsion des changements vient du haut, le rôle des équipes de Direction est majeur pour réussir. Parce que la ligne managériale doit « tenir le tout », elle est également un levier critique pour porter et diffuser les comportements voulus. En accompagnant les équipes de Direction et les managers, BL Consultants aide à installer des changements pérennes qui améliorent la performance globale.

## CFPJ Leadership



Le CFPJ Leadership propose des méthodes et modules de formation et de coaching adaptés aux demandes et occasions de communiquer des dirigeants : interviews, discours, défenses d'appels d'offres stratégiques, négociations avec les partenaires sociaux, communications d'influence.

Les intervenants du CFPJ Leadership sont des dirigeants opérationnels, journalistes, conseillers politiques, partners seniors, présidents et membres de comités de direction, experts en communication devenus formateurs et coachs. Ils connaissent bien les problématiques des entreprises et de leurs dirigeants, forment à la communication efficace, au développement de l'influence personnelle et professionnelle, préparent aux négociations stratégiques. Leur point commun : une approche pragmatique et comportementale de la communication, des outils et méthodes pratiques, facilement assimilables et applicables, en français comme en anglais.

## Christine CARSTENSEN

Consultante Formatrice et coach

Membre de l'AEC (Association Européenne de Coaching), formée à la psychologie et à la créativité à l'Université de Paris V, elle a un parcours en communication et en ingénierie de formation. Auteure de cinq livres sur le processus d'innovation et la gestion du stress, elle intervient auprès de grandes entreprises et de l'École Centrale de Paris.

## Arnaud CONSTANT

Avocat Associé, SAVIN MARTINET ASSOCIÉS

Diplômé de l'Institut d'Études Politiques de Paris et titulaire d'un DESS de droit des affaires et de fiscalité (Université Paris II - Assas), il est plus particulièrement en charge des dossiers corporate au sein du Cabinet Savin Martinet Associés.

## William DOSIK

Family Officer

Diplômé du Mastère de Gestion de Patrimoine de l'ESC de Toulouse et du Master Droit du patrimoine de l'Université de Toulon, ancien directeur associé de SG Private Banking France où il était en charge de l'ingénierie patrimoniale et financière, il est également auteur d'ouvrages de référence sur le conseil en gestion de patrimoine.

## Paul DUVAUX

Avocat spécialiste en droit fiscal, SELARL PAUL DUVAUX

Titulaire du DJCE (Diplôme de Juriste Conseil d'Entreprise), d'un 3<sup>e</sup> cycle de droit des affaires de l'Université de Montpellier, de certificats de spécialisation en droit fiscal et en droit des sociétés, il dispose d'une expérience reconnue en ingénierie fiscale du patrimoine qu'il a exercée dans plusieurs cabinets avant de monter sa propre structure.

## Catherine GARCIA-WIEME

Associée, CLAREFI, FINANCE ET COMMUNICATION FINANCIÈRE

Diplômée de Sciences Po Paris et titulaire d'un MBA de l'Insead, elle a occupé diverses fonctions en finances et développement au sein des groupes Olivetti, British & Commonwealth et ARTEMIS avant de rejoindre le Groupe Deutsche Bank en 1995, d'abord en tant que Senior Banker puis en tant que Directeur du Département Coverage et Division Sectorielle.

## Arnaud GROFF

Consultant en management de l'innovation, INOVATECH 3V

Docteur de l'École Nationale Supérieure des Arts et Métiers, expert en innovation industrielle et en management stratégique de la créativité appliquée, fondateur de la société INOVATECH 3V, il est également coauteur de l'ouvrage « Le guide du changement en entreprise - 8 clés pour réussir en toute sécurité »

## Didier HOFF

Expert en rémunérations, Directeur Associé, FIDAL INTERNATIONAL

Titulaire d'un MBA d'HEC et d'un Master en Finance de Boston College, il conseille les multinationales françaises sur la mobilité internationale et la rémunération des dirigeants et est actuellement expert auprès de plusieurs comités de rémunération. Avant de rejoindre FIDAL, il était responsable de l'activité « Performance & Reward » au sein d'EY LAW et coresponsable du pôle de compétences RH d'ERNST & YOUNG.

## Jean IDIER

Consultant Formateur, Président, IDJ CONSULT

Ancien directeur des achats à la DCNS, il offre aux participants l'opportunité de mettre en perspective la situation de leur entreprise en regard d'une expérience concrète de haut niveau de la réorganisation des achats.

## Jean-Paul LUGAN

Consultant, Formateur et Coach en Management des « Hommes et des Organisations »

Ancien manager et dirigeant d'entreprise, ancien compétiteur sportif et entraîneur-adjoint, spécialiste de l'accompagnement des équipes et des hommes et il est certifié BELBIN et SUCCESS-INSIGHTS. Coauteur de deux livres parus aux éditions EFE-Eyrolles : « Manager au quotidien » et « Manager avec courage ».

## Jean-Francois MEZAIZE

Consultant Formateur, BANQUE DE FRANCE

Ancien responsable des études stratégiques d'aérospatiale chez EADS, ancien directeur des affaires économiques à l'Union des Industries Textiles, il est professeur de marketing stratégique et directeur de mémoire à l'EDHEC Business School.

## François MOLLAT du JOURDIN

Président - Fondateur, FINANCIÈRE MJ – FAMILY OFFICE

Fondateur de Financière MJ - Family Office en 2001, le premier family office multiclients indépendant français, cet ancien patron des activités de gestion privée internationale de NSM (ABN Amro) et Merrill Lynch France veut ainsi faire évoluer un marché largement dominé par les banques et se démarquer du conflit d'intérêt intrinsèque à un système rémunéré par le courtage et la gestion, y compris au titre d'activités de conseil.

## Pierre-Emmanuel MOOG

Consultant en Management, MOOG CONSEIL

Diplômé en management, en anthropologie et en sciences politiques, il intervient sur des missions de conduite du changement, notamment dans le secteur du nucléaire en France, en Suède et au Japon et a participé à la création de plusieurs projets Internet collaboratifs. Auteur d'un livre sur les Groupes de réflexion et d'influence (2008).

## Denis ZANDLIET,

Consultant en Organisation et Stratégie, Associé, VALU€ 360

Docteur - ingénieur - Diplômé de l'École Centrale de Paris. 28 années d'expérience dans le conseil et en opérationnel à des postes de direction. Il a travaillé pour des entreprises mondiales et a rempli avec succès des fonctions de directeur du développement, de production et de business unit.