



CATALOGUE STRATÉGIE 2023-2024



✉ contact.mabformations@gmail.com

☎ 09 87 38 20 85

🖱 mabformations.com



PRINCIPES COMPTABLES, BUSINESS PLAN & NEGOCIATION BANCAIRE

ST 01

Approche participative qui s'appuie sur une mise en situation par des exercices adaptés, une analyse sous forme de débriefing, et la validation des apprentissages par un apport de l'animateur

Présentations conceptuelles et mise en application

Connaissance de soi

Appropriation d'un modèle de travail en équipe

Construction commune des moyens applicables aux besoins de chacun

Durée: 21.00 heures

(3.00 jours)

Profils des stagiaires :

- Tout public

Prérequis :

- Aucun

PRIX : 500.00 € par jour

Objectifs pédagogiques

- Connaître les fondamentaux de la création d'entreprise
- Analyser son idée et la transformer en projet

Contenu de la formation

- Principes comptables - 1 jour
 - Coûts historiques, charges, produits
 - Présentation du bilan : contenu et utilité
 - Présentation du compte de résultats
 - Bilan fonctionnel
 - Le fonds de roulement / besoin en fonds de roulement / Trésorerie

LFA - MAB FORMATIONS

32 rue Hippolyte Bottier

60200 COMPIÈGNE

Email: contact.mabformations@gmail.com

Tel: +33987382085



- Principe de SIG
- Business plan - 1 jour
 - Principes
 - Trésorerie et investissement
 - Proposer une solution de financement d'investissement à l'appui d'un plan de financement
- Négociation bancaire - 1 jour
 - Comment construire un dossier de demande de financement adapté aux attentes des banques ?
 - Quelles sont les clauses à négocier à la mise en place du contrat de crédit ?
 - Quels sont les points de vigilance pendant sa durée de vie ?

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Marc PATIOU

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation.
- Documents supports de formation projetés.
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets
- Quiz en salle
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaire d'évaluation de la formation.

Si vous êtes PSH, merci de nous l'indiquer afin d'adapter la formation. Tous nos formateurs ont été sensibilisés au handicap. Nos locaux permettent l'accueil des PSH



LANCER UN NOUVEAU PRODUIT ET UNE NOUVELLE GAMME

ST 02

Approche participative qui s'appuie sur une mise en situation par des exercices adaptés, une analyse sous forme de débriefing, et la validation des apprentissages par un apport de l'animateur

Présentations conceptuelles et mise en application

Connaissance de soi

Appropriation d'un modèle de travail en équipe

Construction commune des moyens applicables aux besoins de chacun

Durée: 21.00 heures

(3.00 jours)

Profils des stagiaires :

- Tout public

Prérequis :

- Aucun

PRIX : 500.00 € par jour

Objectifs pédagogiques

- Appréhender les différentes contraintes de la création d'une gamme de produit
- Evaluer l'impact d'un packaging
- Comprendre la relation marque, gamme et consommateur
- Comprendre l'importance stratégique de l'innovation.
- Prendre les actions correctives en cas d'écart entre objectif et réalisé.
- Intégrer les contraintes d'un lancement international.
- Piloter et réussir le lancement de produit tant sur le plan stratégique qu'opérationnel.
- Savoir s'appuyer sur les études et tests pour optimiser le lancement.

Contenu de la formation

- Les thèmes abordés
 - Les canaux de distribution

LFA - MAB FORMATIONS

32 rue Hippolyte Bottier

60200 COMPIÈGNE

Email: contact.mabformations@gmail.com

Tel: +33987382085



- La cible principale et les cibles secondaires
- Création de la marque
- Cu logo, du claim, la gamme, le packaging et l’affiche.
- Les valeurs d’entreprise
- Stratégies de lancement de produit à l’international.
- Pilotage du lancement de nouveau produit : budget, plan de lancement, compte de résultat prévisionnel, indicateurs de performance (tableau de bord).
- Etude de marché et recherche marketing : connaissance du consommateur, segmentation, ciblage, prévisions. - Construction de l’offre marketing : positionnement, politique prix-produit, stratégie de distribution, merchandising, plan de communication (médias, hors médias), force de vente / outils de vente, tests et validations des variables du mix.
- L’innovation : pourquoi et comment innover, huit phases.

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Marc PATIOU

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation.
- Documents supports de formation projetés.
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets
- Quiz en salle
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaire d'évaluation de la formation.

Si vous êtes PSH, merci de nous l'indiquer afin d'adapter la formation. Tous nos formateurs ont été sensibilisés au handicap. Nos locaux permettent l'accueil des PSH



CONSTRUIRE LA STRATEGIE DE SON ENTREPRISE POUR UN DEVELOPPEMENT OPTIMAL

ST 03

Approche participative qui s'appuie sur une mise en situation par des exercices adaptés, une analyse sous forme de débriefing, et la validation des apprentissages par un apport de l'animateur.

Présentations conceptuelles et mise en application

Connaissance de soi

Appropriation d'un modèle de travail en équipe

Construction commune des moyens applicables aux besoins de chacun

Durée: 14.00 heures

(2.00 jours)

Profils des stagiaires :

- Responsable de projets

Prérequis :

- Aucun

PRIX : 500.00 € par jour

Objectifs pédagogiques

- Établir sa vision d'Entreprise ou de projet
- Connaître les éléments pour une mise en place du plan d'action en communication stratégique

Contenu de la formation

- Diagnostic stratégique, marketing et commercial
- Analyse stratégique
- Route du succès
- Principes de déploiement
- Approche méthodologique d'une réflexion stratégique

LFA - MAB FORMATIONS

32 rue Hippolyte Bottier

60200 COMPIÈGNE

Email: contact.mabformations@gmail.com

Tel: +33987382085



- Chaîne des valeurs
- Leviers de compétitivité
- Diagnostic stratégique (Mackinsey, SWOT, BCG)
- DAS et orientation

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Marc PATIOU

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation.
- Documents supports de formation projetés.
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets
- Quiz en salle
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaire d'évaluation de la formation.

Si vous êtes PSH, merci de nous l'indiquer afin d'adapter la formation. Tous nos formateurs ont été sensibilisés au handicap. Nos locaux permettent l'accueil des PSH



RELANCER SON COMMERCE GRÂCE AU MARKETING ET AU MERCHANDISING

ST 04

Approche participative alliant théorie et mise en pratique (exercices, mises en situation)

Visio et vidéo formations séquencées

Durée: 14.00 heures

(2.00 jours)

Profils des stagiaires :

- Commerçants et/ou entreprises

Prérequis :

- aucun

PRIX : 500.00 € par jour

Objectifs pédagogiques

- Créer une stratégie de relance grâce au marketing opérationnel
- Augmenter son flux grâce au merchandising

Contenu de la formation

- Tendances générales et nouveautés marketing opérationnel
 - Le M commerce au service de l'opérationnel
 - Le QR code ; Vers la fin de la communication papier ?
 - Les vidéos buzz
- Benchmark
 - Connaître ses concurrents
 - Analyser
 - Se différencier
- Segmentation et attentes clients
 - Le marketing Tri Média
 - Les facilités d'achat (techniques)
 - Les facilités d'achat (commerciales)
- Le Marketing-Mix de la relance
 - L'adéquation 4P/Crise

LFA - MAB FORMATIONS

32 rue Hippolyte Bottier

60200 COMPIÈGNE

Email: contact.mabformations@gmail.com

Tel: +33987382085



- La prédominance product/price
- Stimuler le processus décisionnel d'achat
- Bâtir le plan de communication
 - Webmarketing et communication
 - Cycle de la communication
 - Organisation de plan de communication
- Média planning
 - Actions et ROI
 - Plan annuel
- Les principes de base du merchandising
 - Attirer l'attention du consommateur
 - Faire vendre les produits à forte VA/Marge
 - Adapter l'offre à la demande
 - Communication, séduction, gestion et organisation

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Marc PATIOU

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation.
- Documents supports de formation projetés.
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets
- Quiz en salle
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaire d'évaluation de la formation.

Si vous êtes PSH, merci de nous l'indiquer afin d'adapter la formation. Tous nos formateurs ont été sensibilisés au handicap. Nos locaux permettent l'accueil des PSH

REPONDRE EFFICACEMENT A UN APPEL D'OFFRE

ST 05

Approche participative qui s'appuie sur une mise en situation par des exercices adaptés, une analyse sous forme de débriefing, et la validation des apprentissages par un apport de l'animateur.

Présentations conceptuelles et mise en application

Construction commune des moyens applicables aux besoins de chacun

Durée: 14.00 heures

(2.00 jours)

Profils des stagiaires :

- Tout public

Prérequis :

- Aucun

PRIX : 500.00 € par jour

Objectifs pédagogiques

- Se familiariser avec le vocabulaire des marchés publics
- Comprendre les mécanismes
- Appréhender les documents propres aux marchés publics

Contenu de la formation

- Cerner l'environnement juridique de l'achat public
 - Encadrement légal et réglementaire : droit interne et communautaire • Impact des réformes de 2015 et 2016, et de la dématérialisation sur l'achat public • Importance de la réglementation des seuils • Différentes procédures d'achat : appel d'offres, dialogue compétitif, procédures négociées, marchés à procédure adaptés (MAPA)... • Organes de l'achat public : déterminer le rôle de chacun
- Cibler et comprendre les besoins de l'acheteur public
 - Établir une veille ciblée des offres : Internet, BOAMP, JOUE, réseau... • Analyser le règlement de la consultation, le CCAP, le CCTP et les CCAG • Demander des informations complémentaires • Savoir décoder les critères de choix non écrits : contexte économique, social, environnemental • Cas pratique : à partir de documents de marché, les participants identifient et analysent le besoin et les demandes exprimés par une collectivité
- Présenter l'offre la plus pertinente

LFA - MAB FORMATIONS

32 rue Hippolyte Bottier

60200 COMPIÈGNE

Email: contact.mabformations@gmail.com

Tel: +33987382085



- • Choix du bon mode de candidature : seul, en sous-traitance, en co-traitance, en groupement notion d'offre économiquement la plus avantageuse
- Pondération des critères de choix
- Valoriser son offre technique et commerciale et mettre en avant ses références
- Connaître les modalités pratiques : formulaires administratifs, informations communicables et délais
- Prévenir et rectifier les erreurs
- Comprendre les modes de vérification des candidatures
- Partage de pratiques : à partir d'un exemple de dossier de soumission, le formateur transmet les bonnes pratiques permettant de sécuriser sa réponse et de valoriser son offre

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Annabelle FASOLA

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation.
- Documents supports de formation projetés.
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets
- Quiz en salle
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaire d'évaluation de la formation.

Si vous êtes PSH, merci de nous l'indiquer afin d'adapter la formation. Tous nos formateurs ont été sensibilisés au handicap. Nos locaux permettent l'accueil des PSH