



# CATALOGUE STRATÉGIE 2023-2024



✉ [contact.mabformations@gmail.com](mailto:contact.mabformations@gmail.com)

☎ 09 87 38 20 85

🖱 [mabformations.com](http://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***