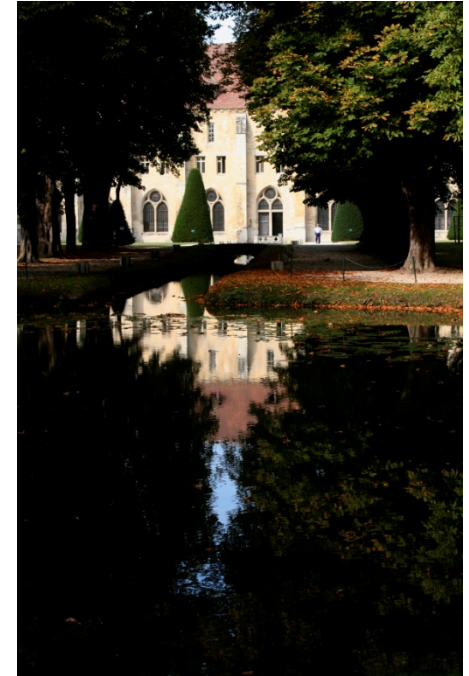


PROGRAMMES DE FORMATION
COLLECTIVE
LOISIRS TOURISME NATURE CULTURE



Cabinet Com' par Enchantement

22 bis rue des Petites Communes 95560 CHAUVRY – Tél. 01 34 08 22 47

N° organisme de formation 119 50 44 46 95



SOMMAIRE

Contexte & Objectifs	p 3
Formations Communication	p 4
Formations Marketing/Commercial	p 11
Formations Gestion/Finances	p 18
Qui sommes-nous?	p 23
Notre méthodologie	p 24
Notre équipe	p 25
Budget	p 28
Contact	p 29



CONTEXTE et OBJECTIFS

Publics concernés : les structures touristiques du territoire qui souhaitent développer leur communication externe et leur activité commerciale.

Objectifs généraux: gagner en visibilité, se démarquer de la concurrence, valoriser son image de marque, accroître la fréquentation de ses visiteurs, fidéliser les visiteurs occasionnels

Objectifs spécifiques : bâtir sa stratégie marketing/commerciale et communication et les mettre en œuvre; maîtriser les techniques et les outils de communication et du marketing, organiser ses relations presse et ses campagnes marketing, monter des partenariats, trouver des sponsors.



COMMUNICATION:

Faire connaître, valoriser sa structure par les techniques de communication

Contenu- 2 jours

- Définir une **stratégie de communication** en prenant compte des valeurs, missions et objectifs de la structure
- Définir les **objectifs et les cibles** (analyse SWOT, forces faiblesse, opportunités, menaces, segmenter ses publics, choisir ses messages...)
- Ecrire son **plan de communication**,
- Mettre en place et développer ses **outils de communication**

Au terme de la formation, les participants seront en mesure de piloter la communication de leur entreprise.



COMMUNICATION:
Maîtriser les outils de communication

Contenu - 2 jours

- **Créer et valoriser son identité graphique** : logo, base line, charte graphique, supports édition
- **Maîtriser l'édition numérique**: organiser campagne e-mailing, créer un site web attractif
- **Réussir son mailing**: choisir le support, cibler, monter le fichier, créer les outils de mesure
- **Bâtir ses relations presse**: construire son fichier presse régionale, rédiger son communiqué de presse, son dossier de presse, contacter les journalistes
- **Monter un partenariat**: choisir les cibles, trouver le bon positionnement, mettre en valeur les espaces de visibilité, rédiger un accord de partenariat, assurer le suivi
- **Organiser ses relations publiques**: quelles actions, à quel moment pour quelles cibles.

Au terme de la formation, les participants seront en mesure d'utiliser les bons outils pour optimiser leurs actions de communication.



COMMUNICATION: Construire ses relations avec la presse

Contenu - 1 jour

- **Analyser l'environnement « médiatique »** de la structure et le bien-fondé d'adopter une stratégie de relations presse
- **Choisir l'outil de relation presse:** communiqué, dossier de presse, fiche technique

Atelier pratique : rédiger un communiqué

- **Concevoir son plan de diffusion:** cibler et réaliser son fichier presse
- **Organiser** les relances presse
- Surveiller et exploiter les **retombées**

Atelier pratique: ébauche d'un plan de relations presse

Au terme de la formation, les participants seront en mesure de comprendre le fonctionnement de la presse et les formes d'information attendues



COMMUNICATION:

Créer son évènement, ses relations publiques

Contenu - 1 jour

- **Identifier des publics** de la structure
- **Créer l'évènement:** développer la légitimité de la manifestation, trouver un thème, une tonalité, un format, une couleur
- **Organiser l'évènement:** choisir un lieu et une date, créer le carton d'invitation, sélectionner et se mettre en relation avec les prestataires techniques, prévoir les animations artistiques, le décor, trouver un animateur, un photographe, choisir un traiteur, des cadeaux
- **Planifier** :monter sa check-list, son budget (les partenariats marchandises ou services), son rétro-planning
- **Evaluer:** organiser son questionnaire de satisfaction.

Au terme de la formation, les participants seront initiés aux techniques d'organisation d'un évènement de relations publiques



COMMUNICATION:
Créer, relooker son identité visuelle

Contenu - 2 jours

- **Créer ou faire évoluer son logo:** rechercher des valeurs, des messages, des symboles, les traduire visuellement, rechercher une base line ou un slogan
- **Concevoir son leaflet, son tract, son dépliant, sa plaquette:** Optimiser le rapport entre le texte et l'image, construire une page, écrire pour être lu, lier les impressions aux besoins
- **Construire les pages de son site web:** réaliser l'ergonomie et la tonalité générale du site, concevoir des onglets de navigation, optimiser le rapport entre le texte et l'image, optimiser un référencement naturel, effectuer la mise à jour

Atelier pratique: état des lieux des documents de communication de la structure
Identification des besoins, selon la demande

Au terme de la formation, les participants seront en mesure d'appliquer la démarche créative de l'identité individuelle.



COMMUNICATION: Les techniques d'écriture

Contenu - 2 jours

- **Ne plus avoir le « trac » de la page blanche** : qu'est ce que j'ai à dire, à communiquer ? Pour qui j'écris ? Pourquoi ?
- **Faire passer son message, trouver le bon ton** : savoir être imagé, concret, attirer l'attention , séduire, amuser, étonner .. Introduire, développer, conclure et tester son document
- **Connaître les différents types d'écrits**: la lettre, le mail, le compte rendu de réunion, la note service. La proposition argumentée, le flyer publicitaire, le communiqué ...
- **Atelier Exercices pratiques**

Au terme de la formation, les participants seront en mesure de rédiger de manière convaincante les supports de communication



COMMUNICATION:
Mécénat et Partenariat d'entreprises

Contenu - 2 jours

- Qu'est ce que le **mécénat** ? Qu'est ce qu'un **partenariat** ? **sponsoring** ?
- Connaître la **législation**, la réglementation du mécénat, sa fiscalité
- Etablir la **cartographie** de ce nouveau type de financement par secteur d'activité
- **Rechercher des partenaires**: méthodes de recherche, délais, montage du dossier, présenter son projet
- Rencontrer et **négoier** avec ses partenaires
- **Entretenir la relation** structure/mécène

Au terme de la formation, les participants seront en mesure d'optimiser leur recherche de partenariats et de professionnaliser leur démarche.



MARKETING/COMMERCIAL:

Les clefs de la stratégie marketing et commerciale d'une structure touristique

Contenu - 2 jours

- **Analyser son marché/territoire:** étudier ses concurrents, son marché et ses clients, réaliser ou faire réaliser une étude de marché,
- **Etablir son diagnostic marketing et commercial :** analyse de ses forces et faiblesses face aux opportunités et au menaces du marché
- **Déterminer sa stratégie de développement:** segmenter, cibler et se positionner, clarifier son offre
- **Choisir ses moyens d'action :** politique service/produit, prix, vente et communication
zoom: les outils destinés aux petites structures
- **Bâtir son plan d'action commercial pour mieux vendre - Atelier: cas pratiques**

Au terme de la formation, les participants seront en mesure de mettre en place un plan de développement de la fréquentation touristique à moyen et long terme.



MARKETING/COMMERCIAL:
Le marketing opérationnel : démarche et méthodes

Contenu - 2 jours

- **Intégrer le marketing opérationnel** dans la stratégie de la structure touristique
- **Elaborer le mix marketing:** choisir sa politique prix, produit/service, vente et communication en fonction de son positionnement et ses clientèles
- **Maîtriser les outils du marketing opérationnel:** actions commerciales, promotion des ventes, marketing direct
- **Construire son plan d'actions commercial**

Atelier exercices pratiques, mises en situation

Au terme de la formation, les participants seront en mesure de mettre en œuvre une



MARKETING/COMMERCIAL:

Bâtir et mettre en œuvre ses campagnes de marketing direct

Contenu - 2 jours

- **Les clefs du marketing direct:** quand utiliser le marketing direct? construire et utiliser la base de données clients?
- **Maîtriser les techniques classiques du marketing direct:** Vente à distance, mailing, phoning, media de masse
 - **Zoom: les campagnes sur Internet**
- **Organiser les campagnes de marketing direct:** séquencer la campagne en fonction des délais, du budget, de l'objet du support, choisir son prestataire, mesurer les résultats, mettre en place un CRM
- **Adopter une stratégie « multi canaux » en fonction de son objectif:** optimiser les campagnes marketing en combinant tous les supports.

Au terme de la formation, les participants seront en mesure de planifier, piloter et contrôler l'efficacité des actions de marketing direct



MARKETING/COMMERCIAL:
De l'accueil à la vente: établir une relation client de proximité

Contenu - 2 jours

- **Comprendre les étapes de la relation commerciale:** accueillir, découvrir le besoin client, traiter les objections et conclure
- **Conduire l'entretien :** avoir une écoute active, adapter son discours à la situation, argumenter et déclencher la vente
 - **Zoom: spécificités de l'entretien téléphonique**
- **Guider le client vers de nouvelles offres:** méthode AIDA pour rebondir sur une autre offre et déclencher la vente ou la demande d'information...
- **Gérer les situations difficiles:** identifier les causes, gérer ses émotions, résolution positive des conflits.

Au terme de la formation, les participants seront capables de mettre en œuvre un comportement adaptés en toutes circonstances face au client et au téléphone.



MARKETING/COMMERCIAL:
Satisfaire et fidéliser la clientèle touristique

Contenu - 2 jours

- **Définir une stratégie de fidélisation:** analyser l'existant, étudier la concurrence, choisir sa cible.
- **Exploiter les données clients:** critères de segmentation, constituer une base de données clients, mettre en place un CRM...
- **Choisir les outils de fidélisation :** cartes de fidélité, services, outils d'appartenance
- **Evaluer les résultats:** mise en place et suivi de tableaux de bord...
- **Mesurer la satisfaction client :** apprendre à bâtir une enquête ou un baromètre de satisfaction (les principes essentiels, les erreurs à éviter)

Au terme de la formation, les participants seront en mesure de mettre en œuvre une politique relationnelle efficace pour leur structure.

www.cpe-communication.fr



MARKETING/COMMERCIAL: Manager son équipe au quotidien

Contenu - 2 jours

- **Découvrir le manager que vous êtes:** déterminer les styles, les attitudes et les missions du manager et connaître son comportement de manager.
- **Comprendre vos collaborateurs:** identifier les clefs de motivation des hommes
Reconnaître les comportements des collaborateurs, valoriser, motiver...les signes de reconnaissance
- **Piloter votre équipe :** définir les rôles, fixer les objectifs, déléguer, mener des réunions, diffuser l'information et donner du feedback, gérer les conflits et créer des tableaux de bord

Cette formation s'appuie sur la méthode ludique et interactive Success Insight® qui alterne les apports théoriques et les exercices pratiques.

Au terme de la formation, les participants seront en mesure d'adapter leur contact et leur communication à des interlocuteurs différents et d'améliorer les performances de l'équipe.

www.cpe-communication.fr



MARKETING/COMMERCIAL:
Gérer ses priorités pour améliorer son efficacité

Contenu - 2 jours

- **Comment utilisez-vous votre temps?** Définir la gestion du temps, évaluer la gestion de votre temps, repérer les mangeurs de temps (autodiagnostic)
- **Mettre en œuvre une gestion efficace du temps:** sélectionner ses priorités pour distinguer l'important de l'urgent, planifier pour mieux anticiper
- **Organiser votre temps pour être efficace:** programmer l'action commerciale, déléguer et utiliser les outils de travail pour chasser les pièges du temps (cas pratiques)
- **Gérer son temps c'est gérer ses relations:** comprendre votre environnement pour faciliter votre travail au quotidien, gérer son stress

Au terme de la formation, les participants seront en mesure d'identifier leurs pièges du temps et d'y remédier pour améliorer leur efficacité organisationnelle et commerciale.



GESTION/FINANCE:
Comprendre et interpréter les états financiers

Contenu - 2 jours

- **Comprendre l'information comptable** : cadre, objectifs et organisation de la comptabilité financière, le bilan, le compte de résultat
- **Analyser la profitabilité et la rentabilité** : mesurer la performance de l'entreprise et sa capacité à rémunérer ses financeurs, soldes intermédiaires de gestion, rentabilité économique, rentabilité financière
- **Vérifier la structure et l'équilibre financier** : les principaux ratios de solvabilité, endettement, liquidité
- **Déterminer les flux de trésorerie** : le tableau des flux financiers

Au terme de la formation, les participants seront en mesure de comprendre et analyser un bilan et un compte de résultat et d'apprécier la rentabilité et l'équilibre financier d'une entreprise.

www.cpe-communication.fr



GESTION/FINANCE:

Construire et quantifier son Business Plan

Contenu - 2 jours

- **Le business plan, outil de prévision, d'aide à la décision et de communication:** Un document de référence synthétisant les éléments d'un projet sur un horizon moyen/long terme, permettant en interne de clarifier les objectifs et les moyens, en externe de convaincre les partenaires (actionnaire, investisseur, banquier,..)
- **Démarche de construction:** Analyse de l'existant (produits, marché, concurrence, forces/faiblesses,..), choix du modèle stratégique et économique (création de valeur pour le client et pour l'entreprise), élaboration du plan opérationnel (objectifs, organisation et moyens - ressources humaines, investissements,..- ,analyse des risques,...), prévisions financières (résultats et rentabilité, plan de financement)
- **Mesure de la rentabilité prévisionnelle d'un investissement :** VAN, TRI, payback

Au terme de la formation, les participants seront en mesure d'élaborer et mettre en forme le plan de développement à moyen terme de leur activité.

www.cpe-communication.fr



GESTION/FINANCE:

Mettre en œuvre un contrôle budgétaire

Contenu - 1 jour

- **Utilité et principes d'une comptabilité analytique:** comptabilité par destination, identification et détermination des coûts (directs/indirects, fixes/variables)
- **Le budget, un objectif plutôt qu'une prévision:** Les différents horizons de la gestion prévisionnelle, quantification des plans d'action
- **Construire le budget :** Les différents types de budget (exploitation, investissement, financier), consolidation, ajustement, mensualisation
- **Le contrôle budgétaire comme outil de pilotage de la performance:** mesure et analyse des écarts, actions correctives, re-prévision

Au terme de la formation, les participants sauront pourquoi et comment construire le budget de leur structure et contrôler sa réalisation.



GESTION/FINANCE:
Piloter grâce aux tableaux de bord

Contenu - 1 jour

- **Comprendre les enjeux d'un tableau de bord** : Définition, rôles essentiels, différence versus le contrôle budgétaire, les trois types de tableau de bord
- **Construire un tableau de bord en 5 étapes** : Déterminer les objectifs, Identifier les facteurs clés de gestion, Choisir les indicateurs, Mettre en place des normes, Présenter le tableau de bord
- **Organiser et faire vivre un système de tableaux de bord**: Définir les centres de responsabilité, formaliser l'organigramme de gestion, organiser la production et l'utilisation des tableaux de bord

Au terme de la formation, les participants seront en mesure de construire leur tableau de bord après avoir identifié les indicateurs pertinents pour piloter leur activité.



GESTION/FINANCE:
Contrôler et optimiser sa trésorerie

Contenu - 1 jour

- **Du résultat net à la trésorerie:** distinguer résultat et trésorerie, déterminer et analyser les flux de trésorerie à l'aide du tableau de flux financiers
- **Les outils de contrôle de la trésorerie:** suivi de la situation et prévisionnel de trésorerie, les vertus de l'anticipation
- **Les leviers d'optimisation de la trésorerie:** Au-delà de l'amélioration de la profitabilité brute d'exploitation, la gestion du cycle d'exploitation et du Besoin en Fonds de Roulement

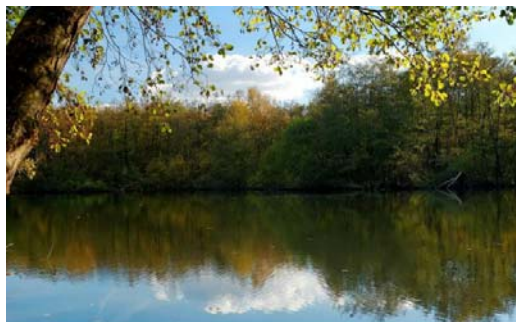
Au terme de la formation, les participants auront acquis les concepts de base pour suivre, prévoir et optimiser la trésorerie de leur structure.



Qui sommes nous ?

Com'par enchantement, Sarl créée en 1999, apporte conseil et assistance aux entreprises, villes, associations.

Catherine Barberot, chef de projet de l'agence a réuni autour d'elle une équipe de consultants experts, qui par leurs compétences et connaissances des cultures spécifiques, s'impliquent pour comprendre vos enjeux et messages et construisent des réponses adaptées, dynamiques et opérationnelles.



Com' par enchantement est reconnu organisme de formation (n° agrément 119 50 33 61 95)



Notre méthodologie

Les consultants **Com' par enchantement** interviennent en conseil et formation.

Nos modules sont adaptés et personnalisés aux demandes des structures.

Nous effectuons un **transfert de savoir faire et co construisons** des stratégies, des supports.
La formation est interactive et s'appuie sur **le partage de pratiques et l'échange des expériences.**

A l'issue de la formation, les structures ont une vision claire de leurs objectifs, de leur stratégie ou de leurs outils à créer ou à développer. Elles ont acquis des connaissances et des usages pour être opérationnelles dans les domaines souhaités. Elles ont aussi glané de nouvelles idées, de nouvelles pistes de développement.

Les supports utilisés : powerpoint, paper board, jeux de rôles, exemples issus du monde du tourisme,.
Des copies des trames d'intervention, grilles d'analyse, documents word ou tableau Excel, articles de presse sont remis aux participants en fin de module.

Nos atouts

Expertise, Réactivité, Disponibilité, Proximité



NOTRE EQUIPE : Catherine BARBEROT



Catherine Barberot

Consultante Formatrice Communication

Maîtrise de Droit public, Formation Institut Supérieur des Relations Publiques (ISERP) et CFPJ (Centre de formation pour les Journalistes). Direction de départements presse et relations publiques (Centre National des Caisses d'Epargne, Fédérations des Industries Electriques et électroniques, Airbus Industrie ...) a créé le service presse - RP de l'Institut Géographique National, IGN, établissement public à caractère administratif

Conseil et Formateur, responsable de Com' par Enchantement depuis 1999, possède une triple compétence :

Triple compétence

Communication globale (groupements et associations, PME PMI, grandes entreprises)

Pédagogie (professeur intervenant ponctuel en formation initiale écoles de communication et instituts à Paris, Université Paris XII ...) et formatrice (Ateliers pour adultes, Dispositif Local d'Accompagnement)

Journalisme (correspondante pour départementale du Val d'Oise depuis 2002)



NOTRE EQUIPE : Florence GARSON ZYLBERMAN



Consultante Organisation et Développement commercial

Diplômée de l'ICSV-Conservatoire National des Arts & Métiers (DESS Marketing & Distribution) et de l'Ecole Supérieure Libre des Sciences Commerciales Appliquées (ESLSCA - 3ème cycle option ingénierie financière) et titulaire d'une maîtrise de droit des affaires à la Faculté Panthéon Sorbonne.

Au sein de Com'par enchantement, Florence Garson Zylberman assure régulièrement les missions dans les domaines suivants : développement commercial, management et organisation, marketing stratégique et opérationnel en accompagnement tant collectif qu'individuel.

Elle intervient également des formations auprès de centres de formation professionnels et mène des actions de conseil et d'accompagnement auprès de clients PME-PMI dans les secteurs des services (agence de communication, services à la personne) ou industriels (distribution chimique, textiles de protection solaire, communication, production matières premières).



NOTRE EQUIPE : Laurence ROUSSELET



Consultant Formateur Gestion Finance

Titulaire des diplômes d'HEC et d'expertise comptable, elle a renforcé ses compétences financières et comptables au sein du département d'audit d'Arthur Andersen. Au cours de ses missions de Contrôle de Gestion puis de Direction Financière chez Rank Xerox, The Boc Group, Midas, Cegetel, elle s'est attachée notamment à conduire le changement dans un souci d'optimisation des processus et d'adhésion des acteurs.

Aujourd'hui, Laurence Rousselet met sa rigueur et sa technicité, consolidées au sein de grands groupes, au service de structures à taille humaine, pragmatiques, soucieuses d'intégrer la dimension financière au cœur de leur métier.

Au sein de Com'par enchantement, Laurence Rousselet assure régulièrement les missions dans les domaines suivants : mise en place ou amélioration des outils et procédures de gestion et de pilotage (résultats, trésorerie, besoins de financement,..), construction du plan de développement et des prévisionnels financiers, en accompagnement tant collectif qu'individuel.

Elle anime également des formations pour d'autres organismes (HEC Executive Education, IFG-Cnof,..) et mène des actions de conseil et d'accompagnement auprès de clients de divers secteurs (Technologies de l'Information et de la Communication, agro alimentaire, santé,..)



Budget

- **Formation 1 jour** 900 €HT
- **Formation 2 jours** 1 700 €HT
- **Profil Success Insights (Management)** 180 €HT/profil

Com' par enchantement dispose d'un N° de déclaration en tant qu'organisme dispensateur de formation permettant la prise en charge de tout ou partie de ses honoraires par l'organisme collecteur de formation professionnelle.



CONTACT

Catherine BARBEROT

22 bis rue des petites communes
95560 CHAUVRY

Tél.: 01 34 08 22 47

Port.: 06 60 95 05 48

Fax: 01 34 08 22 59

E-mail: com.enchant@orange.fr

