

Catalogue de formations intra-entreprise



VOS FORMATIONS EN ENTREPRISE
SUR MESURE

Contact SWISSNOVA

Coordination
coordination@swissnova.ch
022-338-29-10

Rue de Lyon, 109
1203 Genève
Tél.: +41 (0)22 338 29 10



Liberté de réussir



MANAGEMENT

Devenir manager	p.4
Gestion du temps	p.6
Gestion de Projet	p.8
Finance pour non financiers	p.9
Gestion de conflit	p.10
Management d'équipe et neurosciences	p.11
Ateliers coaching : vision partagée ou co-développement	p.15
L'intelligence émotionnelle	p.17

MARKETING VENTE COMMUNICATION

Acquérir et fidéliser les clients	p. 19
Prise de parole en public	p.21
L'art de négocier	p.24
Le marketing des réseaux sociaux	p.25
Communication difficile, tensions et stress	p.26

RESSOURCES HUMAINES

Formation de formateurs	p.28
Entretien de recrutement	p.29
Linkedin et recrutement	p.30
Génération Y	p.31
Comprendre, développer et implémenter un processus d'assessment	p.32

DEVELOPPEMENT PERSONNEL

Leadership et Management	p.34
Etre efficace dans ses relations professionnelles	p.35
Gagner en confiance	p.36

BUREAUTIQUE

Word - initiation	p.37
Word – avancé	p.38
Word – les longs documents	p.40
Word – les tableaux	p.42
Excel - initiation	p.43
Excel – avancé	p.45
Excel – les tableaux croisés dynamiques	p.47
Powerpoint	p.49
Outlook	p.51
Nouveautés Office 2016	p.53

WEBMARKETING

Sharepoint	p.54
Formation Community Manager	p.56
Formation WordPress	p.58
Formation Référencement naturel	p.59
Formation Joomla	p.60
Formation Drupal	p.62



Notre méthode d'action & philosophie

Ce catalogue présente les grands types de formations délivrées par les consultants Swissnova.

Cependant, lors de chaque intervention de formation intra-entreprise nos formateurs mettent en place ce processus :

- Une première séance est fixée pour **délimiter le sujet** d'intervention et préparer un déroulé sur mesure
- Nos consultants prennent soin de bien appréhender votre **culture d'entreprise**, vos messages clés, vos procédés éventuels déjà mis en place. Enfin, le plus souvent ils connaissent déjà votre secteur d'activité
- Une fois cette phase préparatoire effectuée nous bâtissons un **programme de formation sur-mesure**, adapté à votre public

Les programmes présentés dans ce document sont indicatifs et susceptibles d'évoluer en fonction de votre demande.

Nous pouvons créer tout module lié au domaine des Soft Skills sur demande

A PROPOS DE NOUS

Swissnova est une société créée et basée à Genève depuis 1997.
Elle est spécialisée dans la formation :

➡ en entreprise ➡ conseil RH ➡ insertion professionnelle

Swissnova en chiffres :

- ✓ 20 ans d'expérience dans la formation soft skills
- ✓ 600 jours de formation par an
- ✓ 57 professionnels RH et formations
- ✓ Société Suisse, siège à Genève certifiée ISO 9001, AOMAS, FSEA
- ✓ Labelisée +1 par l'Etat

Devenir manager, réussir dans votre nouvelle fonction

DURÉE : 2 jours

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

LES OBJECTIFS DE CETTE FORMATION MANAGEMENT

Un bon manager doit conjuguer avec efficacité savoir-faire et savoir-être dans l'ensemble de ses activités professionnelles. Pour cela, il lui est indispensable de développer des compétences relationnelles productives, de connaître et d'optimiser le fonctionnement de ses équipes, tout en adoptant une vision positive et active de son environnement. Très concret et basé sur de nombreux exercices, ce stage permet d'acquérir les réflexes essentiels du bon manager.

PARTICIPANTS

Cette formation s'adresse prioritairement aux cadres amenés à prendre la tête d'une équipe, mais aussi à tous ceux qui souhaitent structurer leur pratique.

PRE-REQUIS

Aucune connaissance particulière.

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques de management directement utilisables sur le terrain.

PROGRAMME

Les styles de management

- Autodiagnostic des styles de management. Directivité. Persuasion. Association. Organisation. Négociation.

- Cartographie du management.
- Management par les compétences.

Travaux pratiques

Réalisation d'un questionnaire complet. Présentation illustrée des styles relevés.

Etre en phase avec son équipe

Diriger

- Tenir compte des rapports de forces.
- Se positionner clairement dans la hiérarchie de l'entreprise. Déterminer son champ de pouvoir.
- Instaurer et faire appliquer des règles de fonctionnement.
- S'approprier le règlement existant.
- Mesurer les aménagements possibles.
- Mettre au point un système de reconnaissance. Prendre l'habitude de verbaliser sa satisfaction. Critiquer en distinguant " être " et " faire ".

Motiver

- Transmettre ses objectifs à l'équipe avec conviction.
- Créer une ambiance stimulante.
- Célébrer les événements : calendaires, personnels, internes à l'entreprise. Positiver le changement : systèmes, circulation de l'information.
- Développer les liens en fonction des personnes concernées. Mode de management.
- Prise en compte des besoins individuels : reconnaissance, statut, sécurité.



- Elaborer des outils de motivation : primes, avantages, promotions, projets, conditions de travail...

Responsabiliser

- Oser déléguer : donner du pouvoir et garder la responsabilité de la tâche.
- Choisir les tâches à déléguer, en fonction des collaborateurs concernés et des besoins de l'entreprise.
- Donner des instructions claires. Elaborer une politique de délégation. Définir des objectifs quantifiés.
- Introduire des vérifications planifiées. Limiter l'ingérence mais... créer un plan d'avancement en accord avec l'équipe.

Evaluer

- Maîtriser les phases de l'entretien d'évaluation.
- Fixer des objectifs.
- Etablir un échéancier motivant.
- Evaluer les résultats individuels sur des critères objectifs.
- L'entretien annuel d'évaluation. Les besoins en formation.

Exercice

En s'inspirant de leur quotidien professionnel, les participants élaborent diverses prises de décision, ils travaillent à résoudre des démotivations passagères ou chroniques rencontrées chez leurs collaborateurs. Etude de cas, les participants construisent les délégations à mettre en place dans leurs équipes. Exercices de préparation et de conduite d'entretien d'évaluation avec un collaborateur.

Techniques de communication

Prendre la parole

- Organiser ses idées en plan.
- S'affirmer : ancrer sa parole et impliquer son auditoire.
- Trouver des arguments pour convaincre.

Mener un entretien

- Evaluer la situation : écouter, reformuler.
- Apprendre à questionner sur du concret. Questions ouvertes. Questions fermées.
- Négocier un accord gagnant-gagnant. Rappel des positions de vie. Privilégier le consensus par rapport au compromis.

Conduire une réunion

- Définir les rôles de l'animateur : producteur, facilitateur, régulateur.
- Comprendre le fonctionnement des groupes. Méfiance. Structuration. Cohésion.
- Recadrer les dérives. Accepter les idées nouvelles... mais les replacer en perspective.

Gérer les situations délicates

- Remplacer la fuite, l'agressivité et la manipulation par l'assertivité.
- Faire des demandes délicates. Poser sobrement le décor. Etre factuel. Présenter les conséquences positives et négatives.
- Apprendre à dire non sans provoquer de tension. Expliquer sans se justifier. Savoir quand proposer une solution de rechange.

Exercice

Les participants s'exercent à la prise de parole dans les simulations d'entretiens et de réunions, à mener un entretien de recrutement, de résolution de problèmes. Exercices sur la conduite de réunion de négociation : à partir de cas rencontrés au quotidien, les participants s'exercent à gérer les tensions de l'équipe en évitant les conflits.

Gestion du temps

DUREE : 2 jours

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

LES OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

Ce stage vous permettra de maîtriser les différentes techniques de la gestion du temps.

Il vous apportera une meilleure connaissance de votre relation au temps et vous apprendra à hiérarchiser vos priorités afin d'améliorer notablement l'efficacité de votre action.

PARTICIPANTS DE CETTE FORMATION MANAGEMENT

Tout public.

PRE-REQUIS DE CETTE FORMATION MANAGEMENT

Aucune connaissance particulière

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables sur le terrain.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

Représentation du temps " la ligne du temps "

- Réflexion : qu'est-ce que le temps ; le temps, une vision personnelle ?
- La perception du temps. Comment utilisons-nous cette ressource ?
- Votre position face au temps. Associée. Dissociée.
- L'orientation par rapport au temps. Passé, Présent, Futur.
- La subordination au temps. Les influences et les conséquences de votre gestion du temps.

Exercice

Exercice d'analyse du temps passé par semaine sur différentes activités. Mise en situation sur la subordination au temps. Débriefing et analyse de votre rapport au temps.

Comment gérons-nous notre temps ?

- La structure du temps par l'analyse transactionnelle. Les rituels, automatismes, habitudes, comportements. Le retrait. Les passe-temps. L'activité professionnelle. L'intimité. Les jeux psychologiques et le triangle dramatique.
- Sortir des jeux positivement.
- Les messages contraignants : les drivers.
- Les intentions personnelles

Exercice

A l'aide d'un texte, les participants repéreront les différentes structures du temps. Mise en situation filmée : les participants apprennent à éviter de tomber dans un rôle de victime sur un scénario prescrit à l'avance et/ou mise en situation vidéo : création et ancrage d'une intention personnelle.

Les principes majeurs de la maîtrise du temps

- Les grandes tendances.
- Les voleurs de temps ? : apprendre à les gérer.
- Gérer les imprévus. Gérer les interruptions. Savoir dire non. Gérer sa communication : informations entrantes et sortantes.



- Les temps partagés : optimiser les réunions, déléguer.

Exercice

Mise en situation avec vidéo : la gestion des imprévus et savoir dire non. Débriefing du groupe et de l'intervenant.

Prioriser ses tâches

- Mettre en place des objectifs SMART.
- Avoir du recul pour définir l'important.
- Prendre le temps de la réflexion pour déterminer les urgences.
- La matrice d'Eisenhower simple.
- Utiliser l'outil " checklist structurée " (tâches, priorités, échéances et durée).

Exercice

Utilisation de la matrice d'Eisenhower pour catégoriser ses tâches selon leur degré d'urgence et d'importance. Mise en situation en utilisant la checklist simplifiée de la semaine dernière, préalablement établie.

Planifier et définir sa stratégie temps

Planifier : les règles d'or

- Gérer les tâches quotidiennes et les priorités.
- Déléguer et contrôler.

Définir sa stratégie du temps

- Se protéger du stress.
- Trouver son rythme.
- Créer un environnement stimulant. Planifier, organiser, contrôler.
- Analyser ses difficultés. Capitaliser sur vos actions.
- Maintenir son énergie : conseils pratiques.

Exercice

Mises en situation : se recharger, se protéger du stress. Elaboration de ses actions de progrès.

Gestion de Projet

DURÉE : 2 jours

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

LES OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- Situer le management de projet dans son ensemble.
- Acquérir en deux jours une vision des outils essentiels au management de projet.

PARTICIPANTS Managers, chefs de projet.

PRE-REQUIS Aucune connaissance particulière.

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables sur le terrain.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

La mise en route du projet

- Le cahier des charges.
- La constitution de l'équipe projet.
- Le budget : coûts internes et externes.

La planification du projet

- Tâches, étapes, ressources et chemin critique.
- Marges de sécurité.
- Le tracé du schéma du projet, le graphique Pert.
- Le diagramme de Gant.
- Evaluation et identification des risques.
- La validation de la planification du projet.
- Les étapes de contrôle.

LA VIE DU PROJET

- Les différents acteurs : commanditaire, chef de projet, membres de l'équipe projets, hiérarchiques.
- Le rôle du chef de projet : leadership et motivation de son équipe, coordination des travaux.
- Animation de projet et gestion de la transversalité.
- Les réunions de projets.
- La communication autour du projet.

LE SUIVI ET LE CONTROLE DU PROJET

- Le tableau de bord de suivi de projet.
- L'analyse des écarts.
- Les mesures correctrices.

L'EVALUATION ET LA CLOTURE DU PROJET

- Les critères d'évaluation du projet.
- Les suites du projet.

Finance pour non Financiers

DURÉE : 2 jours

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

LES OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- acquérir le vocabulaire.
- savoir lire et exploiter les informations comptables et financières.
- comprendre l'impact de ses décisions en termes comptables et financiers.
- favoriser le dialogue avec les spécialistes comptables et financiers de l'entreprise et comprendre leur point de vue.

PARTICIPANTS

Toutes personnes désirant se sensibiliser à l'approche financière de l'entreprise.

PRE-REQUIS

Aucune connaissance particulière.

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables sur le terrain.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

Les documents comptables et financiers

Le rôle de la comptabilité en tant que traduction de l'activité de l'entreprise.

Les principes comptables de base :

- Le bilan : une vision patrimoniale de l'entreprise.
- La détermination du résultat.

Les différents éléments de la liasse fiscale (bilan, compte de résultat, annexes).

Apprécier les équilibres structurels

Déchiffrer les grandes masses du bilan et comprendre leur articulation avec le compte de résultat

Evaluer la structure financière de l'entreprise :

- L'équilibre de Haut de Bilan et les notions de cycles de financement et d'investissement.
- Le concept clé de BFR et le financement du cycle d'exploitation.
- Le Bas de Bilan et la notion de cycle de trésorerie.

Analyser les composantes de la rentabilité

La formation du résultat à travers les soldes intermédiaires de gestion (SIG).

Les concepts essentiels de valeur ajoutée et d'excédent brut d'exploitation (EBE).

Les différentes notions de marges.

La notion d'autofinancement.

Mesurer l'importance de la trésorerie et du cash.

Des ratios clés à l'information financière

Les principaux ratios de structure, de liquidité et de rentabilité.

Interpréter les 10 ratios clés.

Gestion de conflit

DURÉE : 2 jours

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

LES OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- Identifier les différents types de conflits
- Identifier les différents types comportementaux face aux conflits
- Elaborer des stratégies de solutions
- Comprendre et admettre les différents types de réactions face aux solutions
- Construire un scénario de négociation
- Elargir les possibilités de résolution de conflits
- Prévoir, anticiper les futures réactions conflictuelles

PARTICIPANTS Tout manager susceptible d’être confronté à des situations conflictuelles

PRE-REQUIS Avoir des responsabilités managériales

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables sur le terrain.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

ANALYSE DE LA GENESE DU CONFLIT

- Principes, éthique et valeurs
- Désaccords sur des modalités de fonctionnement, de projet, d’objectifs
- Relationnel et managérial

ANALYSE DES COMPORTEMENTS DANS UN CONFLIT

- Comprendre les différents styles de comportements et leurs réactions dans un conflit
- Prendre en compte émotions et croyances dans la réactivité
- Rechercher une ressource positive en se déchargeant du cumul négatif
- Projeter la situation avec créativité au sein d’un environnement positif

COMPRENDRE SON INTERLOCUTEUR

- Saisir le cadre de référence de l’autre
- Observer son non-verbal en toute objectivité
- Comprendre ses besoins, ses intérêts, ses attentes
- Accepter, tolérer des différences dans l’analyse des valeurs
- Analyser, comprendre les enjeux sous-jacents

CREER LE CONSENSUS POUR UNE RESOLUTION POSITIVE

- Projection positive liée aux changements comportementaux
- Désamorçage du conflit par l’humour et l’auto-dérision
- Elaboration de la poursuite relationnelle dans un repositionnement positif
- Construction de la relation “gagnant/gagnant”

Management d'équipe et neurosciences

DURÉE : 2 jours

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

L'OBJECTIF DE CETTE FORMATION DE MANAGEMENT NEUROSCIENCES EST DE MIEUX COMPRENDRE LE FONCTIONNEMENT DU CERVEAU POUR L'UTILISER A VOTRE AVANTAGE.

Changer les comportements au sein d'une équipe pour libérer son **potentiel** est au centre des préoccupations. Jusqu'ici les formations destinées aux managers se basaient sur l'intuition et sur des études souvent anciennes, parfois désavouées.

L'**avancée** des connaissances sur le **fonctionnement du cerveau** permet aujourd'hui de compléter, confirmer ou corriger ces différents éclairages. Nous avons ainsi défini les circuits qui **libèrent les capacités créatives de notre cerveau** ainsi que ceux qui réduisent son potentiel. Nos **formations** visent à transférer à la place de travail des **techniques** permettant une meilleure utilisation de nos capacités **cognitives** pour optimiser la **performance** professionnelle.

PARTICIPANTS

Cette formation s'adresse prioritairement aux **cadres** amenés à prendre des décisions importantes et/ou la tête d'une **équipe**, mais aussi à tout manager qui souhaite un **nouvel angle de vue** sur sa pratique.

PRE-REQUIS

Aucune notion en particulier.

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage s'appuie sur des **misés en situation** réalistes et l'analyse de pratiques, qui permettent la transmission de techniques d'**influence** et de **productivité** directement employables en entreprise.

Nous atteignons nos objectifs par la pratique !

Lors de l'ensemble de nos formations, les managers et leurs équipes vont apprendre par la pratique. De cette façon, plus professionnelle, nous pouvons atteindre nos objectifs de formation et permettre aux participants de mieux prendre en charge leurs responsabilités, présentes ou futures.

PROGRAMME : MANAGEMENT D'EQUIPE ET NEUROSCIENCES

1. Prise de décision et résolution de problème

Ce module vise à se servir des neurosciences cognitives afin d'améliorer l'efficacité de la prise de décision en tenant compte de nos biais cognitifs. L'objectif est d'apprendre à les cadrer pour révéler tout le potentiel de chacun.

Ce module vous permet de :

- Explorer les grands principes des neurosciences et les mécanismes de prise de décision
- Identifier les processus émotionnels et cognitifs qui guident la prise de décision



Liberté de réussir

swissnova

- Connaître les limites du cerveau et les stratégies efficaces pour optimiser sa performance : fatigue spécifique induite par la prise de décision, charge cognitive...
- Modifier ses représentations et se recentrer sur ses objectifs : le management préfrontal
- Situer la place de l'intuition dans l'action managériale : prendre des décisions en faisant confiance et en améliorant la pertinence de son intuition grâce au dépistage des biais cognitifs.

2. Les leviers de la motivation intrinsèque

Ce module vise à se servir des neurosciences cognitives afin d'améliorer l'efficacité de la prise de décision en tenant compte de nos biais cognitifs. L'objectif est d'apprendre à les cadrer pour révéler tout le potentiel de chacun.

Ce module vous permet de :

- Comprendre le fonctionnement du système de la récompense et de la motivation
- Apprendre à utiliser l'effet Pygmalion et le growth mindset
- Comment passer d'un profil neurologique d'évitement du travail (slacker) à un profil proactif (go getters)
- Identifier le talon d'Achille des récompenses
- Définir ensemble les valeurs de l'entreprise et/ou de l'équipe

3. Apaiser tensions et conflits en s'appuyant sur les neurosciences

Un stress trop élevé et des émotions négatives diminuent la performance. Les neurosciences ont permis de mieux comprendre les systèmes cérébraux impliqués dans la régulation des émotions et du stress. Ce module se concentre sur cette régulation et sur l'utilisation du stress de manière saine et productive afin de préserver les capacités cognitives en période de pression.

Ce module vous permet de :

- Découvrir l'intérêt de la pleine conscience pour apprendre à contrôler ses impulsions
- Entraîner son équipe à adopter une attitude qui minimise le risque du conflit
- Conciliez bien-être et performance en adaptant votre organisation au fonctionnement de votre cerveau

4. Favoriser la coopération au sein de son équipe

L'objectif de ce module est de comprendre comment fonctionne le cerveau lors d'une interaction sociale et comment passer d'un état compétitif et méfiant à un état collaboratif pour engager pleinement vos équipes.

Ce module vous permet de :

- Développer votre capacité empathique grâce à la carte de l'empathie
- Mettre en place les conditions qui libèrent l'imaginaire et facilitent l'expression créative en réunion
- Dépasser l'esprit de compétition en décalant l'attention portée sur l'égo vers le sujet discuté
- Stimuler la confiance et l'initiative individuelle pour optimiser l'intelligence collective au sein de son équipe



5. Éviter les pièges de la conversation

Rares sont les conversations se développant d'une façon parfaitement logique. La faute à notre imparfaite machine cérébrale. Cette dernière est d'une telle complexité qu'elle recèle encore de nombreux mystères, mais de récentes découvertes nous éclairent sur les éléments du dialogue qui permettent une synchronisation des activités cérébrales, notamment la qualité de l'écoute.

Ce module permet de :

- Comprendre comment varie l'activité cérébrale au cours d'une interaction sociale, lors de la transmission d'un message
- Prendre conscience des biais cognitifs qui nous empêchent d'avoir des conversations constructives et apprendre à les éviter

6. Permettre le changement

Notre cerveau est fait pour s'adapter, c'est même la première définition de l'intelligence. Dans ce cas, pourquoi est-il si difficile d'implémenter le changement en entreprise ? Les Neurosciences nous apprennent que l'implication dans le changement doit venir d'une nécessité interne. Ce module se concentre sur les méthodes qui permettent de faire du changement une nécessité pour chacun.

Ce module permet de :

- Appliquer les grands principes des neurosciences du changement : compréhension et engagement
- Promouvoir le « growth mindset » qui encourage l'amélioration continue des savoirs et aptitudes
- S'appuyer sur les neurosciences pour manager le changement des mauvaises habitudes de la distraction à la procrastination
- Intégrer l'équipe dans la prise de décisions pour améliorer le concept de changement lui-même et permettre aux membres de l'équipe de s'engager dans l'action
- Encourager l'expression créative de son équipe pour favoriser l'esprit d'initiative

7. Good Work Project

Howard Gardner, chercheur à l'origine de la théorie sur les intelligences multiples, est l'artisan (avec d'autres) d'un immense projet dont l'objectif est d'étudier, par une approche scientifique, les méthodes de management qui permettent un travail d'excellence (entre autres) en entreprise.

Ce module permet de comprendre quels sont les paramètres qui mènent une entreprise vers un travail d'excellence de ses collaborateurs :

- Accorder l'éthique des employés et celle de l'entreprise
- Permettre le plein engagement des collaborateurs en leur donnant un pouvoir de décision
- Viser l'excellence

8. Individu alpha et leadership

En entreprise et en formation, de nombreuses informations (souvent erronées) circulent sur l'importance d'avoir du charisme ou d'être un dominant naturel pour motiver les équipes.

Par des mises en situation, ce module nous invite mieux comprendre sa relation au pouvoir :

- Comprendre comment s'établissent spontanément les relations de pouvoir au sein d'un groupe et intégrer la notion de relativité de la dominance naturelle
- Comprendre l'impact des « power trip » et de leur versant addictif pour s'en libérer et permettre l'engagement motivé des collaborateurs
- Tester le type de leadership qui permet la meilleure productivité

9. Growth mindset

L'objectif de ce module est de nous ouvrir aux possibilités infinies qu'offre la plasticité cérébrale. Si la tendance en entreprise est de croire que les savoir-être sont des qualités figées, les activités proposées dans ce module mettent en évidence la nature dynamique de nos "soft skills" :

- Passer d'un état d'esprit figé vers un esprit en croissance en prenant conscience que la plasticité cérébrale permet de changer nos soft skills
- Apprendre à ne pas donner de qualificatif aux collaborateurs, mais à parler du travail effectué, des points forts et sources d'amélioration
- Éviter le sentiment d'avoir atteint son objectif professionnel, permettre à l'individu d'être toujours en développement, en chemin et non à destination
(En management, le concept de ne pas qualifier la personne, mais son travail existe déjà. L'objectif est d'éviter le conflit. Ici l'on va plus loin, sur les diverses façons de complimenter le travail accompli)

10. Autres thématiques

Brain friendly presentations

-> Modifier les présentations (comportement et slides) en prenant en considération la capacité d'attention du cerveau

Breaking biais

-> Identifier les biais cognitifs et leur impact sur différents aspects du management d'équipe

Le team building, vision partagée et accompagnement d'équipe

DURÉE : 2 jours

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

LES OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

Ce projet s'articule autour des thématiques essentielles à la réussite et à la performance collective, telles que : la communication, la remise en question personnelle, la prise de conscience des différentes manières de fonctionner pour chacun des membres qui compose l'équipe, etc.

Swissnova préconise le plus souvent l'utilisation de l'outil psychométrique Nova profil. Celui-ci renseigne sur les préférences comportementales des individus ainsi que sur leurs motivations.

PARTICIPANTS : Membre d'une équipe de travail, tous collaborateurs

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

Séquence 1 : Se connaître avec le Nova profil

Objectif de la séquence:

Le participant:

- s'approprie son profil personnel
- identifie ses préférences comportementales
- confirme ses talents pour l'entreprise
- identifie son mode de fonctionnement relationnel au sein de l'équipe (points forts et points de progression)

Méthode pédagogique:

- Découverte de la méthode des couleurs
- Mises en situation et exercices
- Remise du profil personnel

Séquence 2 : Comprendre et mettre en lumière les axes fondamentaux d'un groupe

Objectifs de la séquence:

Le participant:

- identifie les freins et les forces au sein d'une équipe (SWOT)
- analyse et compare sa perception de la mission et des valeurs nécessaires à la cohésion d'un groupe
- identifie sa perception et l'avantage du partage de la vision commune.
- comprend les mécanismes de succès de l'équipe

Méthode pédagogique:

- Apports théoriques du formateur
- A partir des compréhensions personnelles, construction avec les participantes d'un tableau représentant la perception commune définissant leur vision de l'équipe

Séquence 3 : Construire et consolider durablement l'équipe

Objectif de la séquence:

- Permettre à chacun, fort de ses qualités, de prendre sa place et s'impliquer durablement dans la construction de l'équipe
- Permettre à l'équipe de répondre efficacement aux objectifs de l'entreprise
- Identifier les zones de forces et de faiblesses de l'équipe

Méthode pédagogique:

- Etablissement de la "cartographie" du fonctionnement de l'équipe
- Jeux de rôle
- Apports théoriques complémentaires

Séquence 4 : Du team building aux plans d'action

Objectifs de la séquence:

- Traduire le team building en actions individuelles et collectives
- Elaborer les plans d'action de l'équipe en phase avec les objectifs de l'entreprise
- Soutenir les projets de l'entreprise
- Méthode pédagogique
- Réflexions et échanges à partir d'actions concrètes définies par la direction de l'entreprise
- Elaboration et positionnement de plans d'action individuels
- Elaboration de plans d'action collectifs

Swissnova propose aussi des ateliers de co-développement pour permettre des échanges de bonnes pratiques ou d'expérience entre différents acteurs d'un groupe ou d'une équipe.

Nous consulter sur demande.

Maîtriser l'intelligence émotionnelle

DURÉE : 2 jours

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

LES OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- **Comprendre** les éléments de l'intelligence émotionnelle
- Améliorer la compréhension des différents aspects du **comportement humain**
- Comprendre ses propres émotions et apprendre à **gérer ses réactions** émotionnelles pour obtenir les résultats souhaités
- Apprendre à améliorer sa capacité d'**automotivation**
- Savoir comment faire preuve d'**empathie** dans la plupart des situations
- Savoir communiquer et **motiver** les autres en se basant sur la compréhension de leurs émotions
- Apprendre à **responsabiliser** les autres et à les motiver pour améliorer leur **performance** sur le lieu de travail
- Apprendre à **gérer les pressions** professionnelles et personnelles du quotidien d'une manière plus productive
- Savoir **construire des relations** fortes, ouvertes et sincères

CE QUE LES PARTICIPANTS EN RETIRERONT

- Meilleur **contrôle** de leurs émotions et donc de leur façon de **communiquer**
- Meilleure compréhension des sentiments des autres et capacité à les **diriger** avec succès
- Meilleures **relations** dans la vie personnelle et professionnelle grâce à une intelligence émotionnelle supérieure
- **Moins de stress** grâce à une meilleure compréhension de ses émotions et de celles des autres
- Plus grande **détermination** et état d'esprit axé sur les **résultats**
- Manières de **développer** et **appliquer** l'intelligence émotionnelle sur le lieu de travail
- **Méthodologie pédagogique**
Plus de 80 % de la séance sera consacrée à des activités pratiques: exercices, simulations, analyses ex-post, observations du formateur, études de cas et engagement personnel (transfert de connaissances).

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

Qu'est-ce que l'intelligence émotionnelle (IE) ?

Compréhension de soi et intelligence émotionnelle:

- Sentiments et émotions **personnels**
- Journal des **émotions**



Pourquoi avons-nous besoin d'intelligence émotionnelle ?

- Intelligence émotionnelle sur le lieu de **travail**
- Intelligence émotionnelle et **réussite** professionnelle
- Les **bienfaits** de l'intelligence émotionnelle

Dimensions de l'intelligence émotionnelle:

- Conscience de **soi**
- Développement **personnel**
- Détermination et gestion efficace du **stress**

Dimensions de l'intelligence émotionnelle (suite):

- Conscience sociale (**empathie**)
- Gestion des **relations**

Intelligence émotionnelle: évaluation personnelle (questionnaire)

Intelligence émotionnelle et leadership:

- « Qui suis-je en tant que **manager** ? » (Dimensions intérieure et extérieure)
- Définition des **objectifs**: planifier et réaliser ses ambitions personnelles
- Cadre de **compétences** émotionnelles et meilleures pratiques sur le lieu de travail
- Apprentissage futur: **développer** son intelligence émotionnelle
- Votre contact pour votre « **changement** personnel »
- Mise en **pratique** de ce qui a été appris

Acquérir et fidéliser ses clients

DURÉE : 2 jours

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

LES OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- Maîtriser les techniques de prospection et leurs outils
- S'organiser et obtenir des RDV ciblés chez les prospects
- Mener efficacement votre premier entretien et développer vos ventes
- Mettre en place une stratégie de fidélisation
- Mettre en place un tableau de bord de fidélisation

PARTICIPANTS

Vendeurs, commerciaux et technico-commerciaux, chargés et ingénieurs d'affaires

PRE-REQUIS

Aucune connaissance particulière

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables sur le terrain.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

Préparer la prospection

Définir les objectifs, les cibles, les marchés dans le cadre de la politique commerciale de votre entreprise

Rechercher les prospects :

- Recherche de fichiers
- Analyse, segmentation et tests

Préparer votre argumentaire

Connaître les stratégies de prospection et leurs outils

Aller vers le prospect : le mailing, le téléphone, la prospection directe, Internet

Faire venir le prospect : les salons professionnels, les réunions prospects, les VIP

S'inviter chez le prospect : la recommandation, l'essai gratuit

Maîtriser la prospection téléphonique

Découvrir les clés de la communication téléphonique

Prendre RDV : techniques et méthodes

Baliser les étapes de l'entretien

Construire la phrase d'accroche

Passer les barrages secrétaires

Répondre aux objections :

- Objections prix
- Objections disponibilité
- Objections qualité

Savoir conclure positivement

Maîtriser la prospection physique

- Conduire un premier entretien
- Identifier les principes de la communication
- Découvrir la technique des 4C : Connaître, Communiquer, Convaincre, Conclure
- Découvrir les étapes clés de l'entretien
- Développer un climat de confiance
- Savoir être à l'aise pour mettre à l'aise
- Découvrir les premiers mots qui font vendre

Exercer un suivi rigoureux

- Elaborer une liste de clients potentiels
- Relancer téléphoniquement pour vendre ou reprendre un RDV
- Suivre régulièrement les prospects
- Qualifier en permanence les informations recueillies

Visualiser les enjeux de la fidélisation

- Le rôle du Marketing relationnel face à la concurrence
- Développer le sens Client au sein de l'entreprise

Définir une stratégie de fidélisation

- Déterminer les clients cibles suivant leur importance, leur possibilité de développement ou leur rentabilité
- Analyser les motivations de chaque segment de clientèle
- Optimiser le fonctionnement des services sensibles et les motiver à l'esprit Client :
 - Commercial, accueil téléphonique
 - Commande, livraison, facturation, réclamation et SAV

Préparer une opération de fidélisation

- Identifier les clients fidèles :
 - Sélectionner les critères
 - Etablir des choix
 - Consolider les listings fiables
 - Savoir travailler en relation avec le Marketing
- Analyser la relation Client avec les autres services de l'entreprise (ADV, technique)
- Analyser les défections clients
- Analyser les actions de fidélisation de la concurrence

Construire le Plan d'Actions de Fidélisation (PAF)

- Clients privilégiés :
 - Club, cartes de fidélité, parrainages et salons professionnels
- Agir sur la qualité des garanties et la réactivité du SAV

- Action de promotion :
 - Tarif
 - Produit
 - Information privilégiée

- Mettre en place des actions de Marketing Direct
- Savoir analyser la rentabilité de ces actions
- Savoir-faire un reporting quantitatif et qualitatif de la fidélisation

Prise de parole en public

DURÉE : 2 jours

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

LES OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- Prendre conscience de la façon dont on s'exprime et des difficultés que l'on a à se faire comprendre.
- Développer ses facultés d'écoute, de reformulation et de contrôle.
- Surmonter ses émotions.

PARTICIPANTS DE CETTE FORMATION MANAGEMENT

Tout salarié désirant gagner plus de confiance en soi.

PRE-REQUIS DE CETTE FORMATION MANAGEMENT

Aucune connaissance particulière.

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables sur le terrain.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

Les facteurs physiques à maîtriser pour mieux s'exprimer en public

Savoir gérer son stress et se détendre en milieu professionnel

- La respiration : la colonne d'air, la maîtrise abdominale.
- Mettre à profit les "temps contraints" (transports, attente...) pour se détendre.
- Savoir récupérer efficacement : temps et circonstances de la récupération.
- Identifier ses propres réactions face au stress.
- Contraintes et opportunités propres à chacun.
- Degré de résistance au stress.

Se préparer physiquement à la prise de parole

- Connaître et apprendre à maîtriser ses réactions physiques.
- Adopter les bons réflexes : hygiène de vie, maîtrise du corps, relaxation.

Définition d'une routine personnalisée de relaxation

Comment vous préparer physiquement avant une intervention ou une réunion ?

Maîtriser votre voix et votre respiration lors de la prise de parole

- Les éléments physiques à prendre en compte : le volume de la respiration, la portée du souffle, la hauteur de voix, la diction, le débit.
- Les rythmes de la parole : la modulation de la voix, la respiration et utilisation des silences, les changements de ton.

Exercices personnels



Liberté de réussir

Les éléments clés d'une communication verbale réussie

- Le vocabulaire : expressions à éviter / à utiliser.
- Les messages verbaux : argumentation, mots-clefs.
- Cohérence du verbal et du non-verbal : perception et interprétation des messages et des attitudes.

Utiliser efficacement la communication verbale et non-verbale : le rapport à l'image, la maîtrise du regard de l'autre

- Les différents messages non-verbaux : attitude, gestuelle, regard, voix...
- Comment libérer geste et parole.
- Comment gérer son patrimoine émotionnel.
- Regarder « vraiment » le public.

Mise en pratique : exercices avec le caméscope

Synthèse et conclusion de la première journée de formation

- Préparation du plan individuel d'actions.
- Entretiens individuels avec les participants qui le souhaitent.

REUSSIR SES INTERVENTIONS ORALES

Comment préparer le contenu de son intervention

- Structuration et objectifs des différents types de présentation :
 - Rapport / synthèse.
 - Annonce d'un changement / d'une décision.
 - Animation d'un groupe de travail.
 - Présentation / exposé.
- L'importance de la préparation du contenu :
 - Fiches, notes et supports de présentation.
 - Identifier ses faiblesses et valoriser ses forces sur le sujet.
 - Se préparer pour argumenter et répondre aux objections.
- Les rythmes et la construction d'une présentation :
 - Par quoi commencer et par quoi finir, dégager l'essentiel et utiliser les silences et les pauses pour renforcer votre impact.

Se préparer personnellement : savoir se mettre en scène

- La préparation matérielle : matériel, positionnement face au public.
- Donner une image positive dès la première prise de parole :
 - Prendre "le pouvoir" : s'affirmer et garder le contrôle.
 - Faire passer les messages.
 - Conserver concentration et maîtrise de soi.

Peur des autres : maîtriser son trac devant un auditoire

- Déceler et prévenir les premiers symptômes de trac
 - Erreurs de comportement et de langage.
 - Perte de concentration.

- Perte de maîtrise du sujet.
- Evaluer l'environnement
 - Enjeux de pouvoir et attentes des interlocuteurs.
 - Décryptage des attitudes.
 - Positionnement par rapport aux interlocuteurs tout au long de votre intervention.
 - Rendre le public complice.

FAIRE FACE AU STRESS DEVANT UN AUDITOIRE

Comment gérer les problèmes imprévus

- Problèmes techniques et logistiques.
- Apprendre à "improviser".

Savoir traiter efficacement l'opposition et l'adhésion

- Comment prévenir et gérer les conflits.
- Se sortir des situations de blocage et susciter l'adhésion.
- Jeux de rôle autour des situations proposées par les participants.

Jeux de rôle autour des situations proposées par les participants

Mises en situation, analyse par les participants et feed-back du formateur.

Bilans personnalisés : construire des transformations conséquentes et durables

- Préparation du plan individuel d'actions.
- Entretiens individuels pour les participants qui le souhaitent.

MANAGER SON IMAGE PROFESSIONNELLE LOS DE LA PRISE DE PAROLE EN PUBLIC

L'importance de valoriser son image

- Intégrer les enjeux de l'apparence dans la vie professionnelle.
- Comprendre et accepter l'importance des codes.

Cas pratique : la perception de votre image et de son reflet

- Evaluer vos vecteurs d'images.
- Définir vos limites comportementales.

Comment analyser vos attitudes

- Explorer les ressources de votre image.
- Maîtriser le regard de l'autre.
- Comment développer l'expression, la performance et la confiance en soi.
- Comment développer votre capital image.
- Comment optimiser la communication de votre image.

Cas pratique : comprendre le processus « VRP » (vu, ressenti et pensé).

Art de négocier

DURÉE : 2 jours

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

LES OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

Acquérir les techniques de négociation et s'entraîner à la négociation

PARTICIPANTS DE CETTE FORMATION MANAGEMENT

Toute personne amenée à négocier dans le cadre de son activité professionnelle

PRE-REQUIS DE CETTE FORMATION MANAGEMENT

Aucune connaissance particulière

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables sur le terrain.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

L'organisation et la structure de la négociation

Qu'est-ce que la négociation ?

Les composantes de la négociation

Les différents types de négociation

La notion de "différend" entre deux interlocuteurs :

- Les valeurs communes
- Les conflits secondaires

La définition de l'objectif de la négociation :

- Exploiter le jeu de la partie adverse, éviter de laisser découvrir le sien

Stratégie et tactique :

- Comment utiliser l'objectif commun dans une négociation pour garder le cap sur l'enjeu final
- Savoir faire la part entre l'émotif et le rationnel

La dynamique d'une négociation : les techniques et les outils de base

L'argumentation :

- L'organisation de la pensée
- la hiérarchisation des arguments en fonction des objectifs à atteindre

La conviction : l'adhésion au projet et la présentation claire des arguments

L'écoute et la persuasion :

- Le respect de l'autre
- L'utilisation des arguments de la partie adverse

La conclusion

Le déroulement d'une négociation

Savoir préparer une négociation

Connaître les différentes étapes à respecter pour contrôler la situation

Savoir traiter les objections

Savoir analyser les situations difficiles et y faire face

Savoir conclure et concrétiser

Le Marketing des réseaux sociaux

DURÉE : 2 jours

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux des médias sociaux.
- Découvrir et approfondir les outils et les médias sociaux.
- Etablir une stratégie marketing.
- Développer sa présence sur les réseaux sociaux.
- Etre outillé pour développer sa notoriété sur Internet.
- Mesurer ces actions.

PUBLIC VISE

Responsables de la communication, Community manager, toute personne en charge de la stratégie marketing ou communicationnelle de l'entreprise.

PROGRAMME

Introduction

Introduction aux médias sociaux

Chiffres clés de l'activité des internautes sur les médias sociaux

Les réseaux sociaux : faut-il y aller ? pourquoi ?

Comprendre le Social Media : les fondamentaux de la communication et du marketing sur les médias sociaux

Du marketing au webmarketing

Le paysage des médias sociaux : les réseaux sociaux, les blogs, micro-blogs, les forums, les outils de géolocalisation.

Les enjeux pour votre entreprise

Etablir une stratégie marketing :

Phase d'écoute.

Les objectifs : notoriété et image, acquisition et fidélisation, création de trafic et vente.

Le Brand Content.

Transversalité des médias sociaux.

Développer la visibilité et la notoriété de sa marque ou de sa société

Dynamiser une communauté.

Réguler les échanges entre les membres d'une communauté.

Créer du buzz.

Gérer les bad buzz.

Mesurer et évaluer sa communauté : définir des KPI et mesurer le ROI

Les outils de mesure et de statistiques.

Les éléments de mesure du ROI en fonction des objectifs.

Communication difficile – tension et stress

DURÉE : 2 jours

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

LES OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- Faire le point, professionnaliser et personnaliser sa communication
- Savoir gérer l'agressivité des interlocuteurs et maîtriser sa propre agressivité
- Dire ce qui doit être dit avec respect mais aussi avec fermeté
- Savoir traiter au mieux les incidences de l'agressivité subie
- Gérer son stress par une meilleure organisation personnelle

PARTICIPANTS Toutes personnes rencontrant des problèmes de communication, ou étant souvent confrontée à une communication difficile (appels clients, objections, réclamations, etc.)

PRE-REQUIS Aucune connaissance particulière.

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables sur le terrain.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

CONTENU GENERAL

Les signes de l'agressivité en fonction des typologies d'interlocuteur
La gestion des émotions dans des situations d'agressivité
Préparation et gestion dans des cadres conflictuels
Les formules et antidotes de jeux de pouvoirs
Méthodes de détente dans des situations de stress
Gestion des émotions, fatigue et tension, distance juste, « Bulle de protection »

Thème 0 : Se connaître avec Nova Profil

Le participant :

s'approprie son profil personnel
identifie ses préférences comportementales
confirme ses talents pour l'entreprise
identifie son mode de fonctionnement relationnel au sein de l'équipe (points forts et points de progression)

Thèmes abordés

Découverte de la méthode des couleurs
Mises en situation et exercices
Remise du profil personnel

Thème 1 : comprendre les enjeux du métier

Nous voulons ici aider les participants à:

Situer le périmètre de leur travail
Identifier les points d'adaptation qui permettront à chacun de mieux faire face aux situations
Définir les plans d'action individuels pour la suite de la formation

Thèmes abordés

Les risques du non-changement
Les opportunités liées au changement

La nécessaire adaptation du comportement quotidien
Les attentes de l'entreprise et des interlocuteurs

Thème 2 : les bases de la communication

Nous voulons ici aider les participants à:

- Analyser et comprendre la situation vécue par le l'interlocuteur
- Construire des messages clairs et concis adaptés aux différentes situations rencontrées
- Obtenir l'attention et l'acceptation
- Ecouter activement
- Faire preuve d'empathie

Thèmes abordés

- Les situations difficiles : conflits, plaintes et réclamations (exercices de simulation)
- Identifier et savoir composer avec les différents profils (styles relationnels) de personnes. Ex : bavards, mécontents, agressifs, etc.
- Maîtriser les techniques de communication
 - Le travail sur la voix : intonation, sourire
 - Le travail sur le non verbal
 - Ecoute active
 - Questionnement, reformulation
 - Adaptation à l'interlocuteur

Thème 3 : Gérer le stress et les émotions

Nous voulons ici aider les participants à:

- Maîtriser le stress face à des interlocuteurs difficiles
- Se comporter au mieux face à des interlocuteurs agressifs
- Gérer leurs émotions et répondre de manière appropriée
- Savoir traiter au mieux les incidences de l'agressivité subie

Thèmes abordés

- Les signes de l'agressivité en fonction des typologies d'interlocuteurs
- La gestion des émotions dans des situations d'agressivité
- Les techniques simples de l'assertivité
- Astuces pour se détendre dans des situations de stress
- Gestion des émotions, fatigue et tension, distance juste, « Bulle de protection », relaxations rapides

Thème 4 : plans d'actions post-formation

Nous voulons ici aider les participants à:

- Garantir le transfert des acquis de la formation
- Comprendre les bénéfices qu'ils pourront tirer à appliquer les acquis de la formation
- Progresser ensemble en osant se donner du feedback constructif

Thèmes abordés

- Le plan de progrès individuel

Formation de formateur

DURÉE : 3 jours

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

LES OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

Maîtriser les règles de base de la communication et de la pédagogie des adultes afin d'animer, en tant que formateur, des sessions de formation "transfert de compétences".

PARTICIPANTS Toute personne amenée à animer des sessions de formation.

PRE-REQUIS Avoir un début de pratique.

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables sur le terrain.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

Les règles de la communication appliquées à la formation

- Se faire comprendre pour former.
- Comprendre les mécanismes de la communication et ses freins pour optimiser les relations pédagogiques.

Le rôle du groupe dans la réussite de la formation

- Personnalités et spécificités des groupes
- Les interactions dans le groupe
- Le rôle du groupe dans la formation de chacun de ses membres.
- Créer une dynamique de groupe (ANIMER).
- Réguler les dysfonctionnements.

Pédagogie des adultes : notions de base

- La psychologie de l'adulte en formation.
- La résistance au changement.
- Les phases d'apprentissage.
- La motivation à la formation.
- L'importance du contexte socio-affectif dans l'acquisition des connaissances.
- Favoriser l'appropriation par la prise en compte des rythmes d'apprentissage et des courbes d'attention.

Animation : mode d'emploi

- Les méthodes didactiques : exposés, cours magistraux, méthodes affirmatives-interrogatives.
- Les méthodes actives : méthode des cas, audiovisuelles.
- Les méthodes non directives.
- La pédagogie par objectif.
- La pédagogie individualisée.
- L'adéquation méthodes/supports pédagogiques.
- L'utilisation optimale du vidéo projecteur.

Les modes d'évaluation

- Evaluer et favoriser le transfert.
- Evaluer les acquisitions.
- Evaluer le fonctionnement du groupe.
- Evaluer l'activité d'un groupe en formation.

Entretien de recrutement

DURÉE : 2 jours

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

LES OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

Maîtriser les différents aspects (savoir-faire et savoir-être) de la conduite des entretiens de recrutement.

PARTICIPANTS DE CETTE FORMATION MANAGEMENT

Toutes personnes ayant à conduire des entretiens de recrutement.

PRE-REQUIS DE CETTE FORMATION MANAGEMENT Aucune connaissance particulière.

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables sur le terrain.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

Déroulement d'un recrutement

- Rappel des différentes étapes et place de l'entretien.
- Conséquences pour l'entreprise et les candidats.

Préparation de l'entretien

- Ce que l'on cherche.
- Définition des critères objectifs de sélection.
- Lien entre compétences, pré-requis et critères.
- Dossiers de candidatures.
- Pré-sélection des entretiens "utiles".
- Entretiens téléphoniques préalables.

Contenu de l'entretien

- Les différents thèmes abordés et leur chronologie.
- Les domaines à explorer.
- Proposition d'une matrice de guide d'entretien.

Techniques d'entretien

- L'esprit des assessment center.
- Principaux risques de l'entretien : induire les réponses, se projeter dans le candidat.
- Techniques indirectes et décodage des réponses.
- Observation du comportement verbal et non-verbal.
- Repérage des attitudes et des défenses.
- Techniques de formulation des questions.
- Technique de la spirale.

Analyse de l'entretien et de la candidature

- Analyse du cursus professionnel : repérage des compétences.
- Analyse de la situation de communication : défense en jeu, rapports de force, jeux de statut et de rôle.

Prise de décision sur une candidature

- Objectivation des critères de décision.
- Hiérarchisation de ces critères.

Linkedin et recrutement

DURÉE : 2 jours

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

LES OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- Maîtriser des clés pour mettre en place un recrutement 2.0
- Optimiser des délais de recrutement
- Elaborer des offres de recrutement sur Internet

PARTICIPANTS Employés HR

PRE-REQUIS Aucune connaissance particulière.

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables sur le terrain.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

Le Web 2.0, c'est quoi exactement ?

Evolution du Web
User Generated Content
Partager, donner et recevoir
Panorama des médias sociaux
Manager le marketing de la conversation

E-reputation

Exemples clés

Identité numérique et recrutement

Génération Y, mais pas que...
Le concept de Personal Branding
Les nouveaux CV
L'interaction recruteur – candidats

Recruter grâce aux réseaux sociaux professionnels

Les outils du recruteur 2.0
La puissance des réseaux sociaux
Xing, LinkedIn, Viadeo, comment être efficace ?
Facebook, doit-on s'en servir ?
Les moteurs de recherche d'offres d'emploi : la mort des Monster, Cadremploi et autres généralistes classiques ?
Twitter : effet de mode ou réel usage ?
Les flops : Second Life, le CV Vidéo...

Devenir Community Manager Recruteur

Stratégie de marque employeur
Chasseur ou pêcheur ?
Comment s'appuyer sur une communauté de professionnels pour faciliter son search ?
Comment réagir au buzz négatif ?

Recrutement 2.0 et juridique : un bon cocktail pour rendre schizophrène tout recruteur

Risques : salariés qui s'épanchent, confidentialité des données internes à l'entreprise...
Loi sur la discrimination au recrutement
Comment utiliser les réseaux sociaux sans discriminer ?

Recruter 2.0 mais salarié 2.0 ?

Attentes d'un salarié 2.0
Vers l'entreprise 2.0

Génération Y

DURÉE : 1 jour

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

LES OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

Cette formation permet de mieux comprendre et gérer cette nouvelle génération de jeunes collaborateurs dite « Y »

Les objectifs sont les suivants :

- Réussir à comprendre les valeurs et les attentes de la génération Y au travail
- Savoir adopter une posture adaptée face à la génération Y
- Réussir au mieux l'intégration de la génération Y
- Apprendre à manager la génération Y au quotidien

PARTICIPANTS Toute personne confrontée à cette problématique

PRE-REQUIS Aucune connaissance particulière.

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables sur le terrain.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

1 Comprendre les valeurs et les attentes de la génération Y au travail

Situer les différences de générations dans une perspective sociologique.

Ce qui reste stable et ce qui change dans :

- la relation au travail ;
- la relation à l'entreprise ;
- la relation à l'autorité.

2 Adopter une posture adaptée face à la génération Y

Appréhender les enjeux et la nature des différences.

Identifier ses freins et ses atouts personnels pour accepter la différence.

Regarder positivement la différence et sortir d'un regard stéréotypé.

3 Réussir l'intégration de la génération Y

Intégrer le nouveau collaborateur dans l'équipe et l'entreprise.

Clarifier les éléments non négociables au bon fonctionnement de l'équipe.

Concilier les différences pour atteindre les objectifs communs.

4 Manager la génération Y au quotidien

Agir sur les leviers de motivation adaptés à la nouvelle génération.

Gérer les dysfonctionnements et les tensions interpersonnelles dans l'activité.

Créer les conditions de la solidarité dans l'équipe.

Comprendre, développer et implémenter un processus d'assessment

DURÉE : 2 jours

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

LES OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- Comprendre les enjeux de l'assessment
- Traduire un cahier de charge en critères observables
- Découvrir et appliquer des méthodes et outils d'évaluation
- Développer un concept d'assessment
- Inscrire l'assessment dans la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences

PARTICIPANTS Toute personne du métier RH

PRE-REQUIS Aucune connaissance particulière.

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables sur le terrain.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

JOUR 1

Introduction : L'Assessment et l'Assessment center

Définition : Assessment vs bilan de compétences

Contexte et enjeux de l'assessment

Module I : les préférences comportementales et les motivations

Compréhension de l'outil et fondements scientifiques

Découverte de la méthode des couleurs

Intégration des valeurs et motivations

Exercice de mise en pratique

Module II : du cahier des charges aux critères observables

Pourquoi un référentiel de compétence pour l'assessment

Introduction au référentiel de compétences Lominger

Définition des angles et des critères d'observation

Recueil des informations et des objets observés

La valeur ajoutée du référentiel de compétence dans la planification de la relève

Exercice de mise en pratique

Module III : modélisation des activités de l'assessment

L'approche multi-sources : mises en situation; jeux de rôle; auto-évaluation; entretien structuré

Définir quel exercice pour observer une compétence précise

La grille d'observation

La pondération des compétences

Exercice de mise en pratique

JOUR 2

Module IV : assessment et gestion prévisionnelle des emplois et des compétences

Assessment de recrutement et de développement

L'assessment centre

Compte-rendu et plan de recommandations

Restitution au mandant et au candidat

La valeur ajoutée de l'utilisation d'un outil psychométrique dans un assessment

Module V : Mise en pratique – développer un concept d'assessment

Développer un assessment depuis la définition des compétences à partir du descriptif de poste jusqu'à la restitution

Travail de groupe

Développer et améliorer son leadership

DURÉE : 2 jours

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

LES OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

Savoir mieux communiquer, déléguer, motiver, partager ses valeurs. Mieux se connaître pour développer son potentiel de leader et améliorer sa performance et celle de ses équipes.

PARTICIPANTS Cadres, responsables d'équipes, souhaitant développer leur potentiel de leadership.

PRE-REQUIS Aucune connaissance particulière.

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables sur le terrain.

PROGRAMME

Etre Leader

1. Notions clés du leadership.
2. Le leadership et l'autorité managériale.
3. Les postures de leadership : Alpha et Zeta Leader.
4. Connaître et comprendre ses processus de prise de décision.
5. Connaître et développer son potentiel de leadership.

Porter une vision

1. Élaborer, construire et partager sa vision.
2. Évaluer les opportunités du contexte.
3. Donner du sens et faire adhérer les autres.
4. Coordonner et insuffler le dynamisme.
5. Communiquer, argumenter et défendre sa vision.

Le Leadership dans les situations difficiles

1. Tenir compte du jeu des acteurs (alliances et oppositions).
2. L'impact du leader sur les personnes.
3. Le leadership mis à l'épreuve.
4. Savoir adapter sa stratégie et remobiliser son équipe.

Méthode pédagogique

Une pédagogie basée sur la prise de conscience : Un autodiagnostic réalisé au début de la formation, permet une prise de conscience forte et motivante. Il comporte une partie sur les aspects « savoir » et une partie sur les aspects « savoir-faire ».

Chaque compétence managériale est objectivée dans le cadre de cette auto-évaluation, ce qui permet de mesurer de manière fiable l'évolution des réactions avant, pendant et en fin de processus.

Une pédagogie tournée vers l'expérimentation de la pratique : Nous mettons l'accent sur l'entraînement. En effet, entre "savoir" et "faire", il existe un pas souvent difficile à franchir. Par suite, en fonction des thèmes abordés, nous avons choisi les modalités pédagogiques les mieux appropriées, parmi lesquelles : études de cas, ateliers (privés ou publics), jeux de rôles, mises en situation, utilisation possible de la vidéo.

Notre valeur ajoutée

Deux jours pour réfléchir sur son impact sur les autres, réactualiser et développer son style de leadership.



Etre efficace dans ses relations professionnelles

DURÉE : 2 jours

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

LES OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- Comprendre les mécanismes des relations professionnelles.
- Pratiquer l'assertivité pour créer et entretenir des relations efficaces.
- Gérer au mieux les tensions.

PARTICIPANTS Tout employé souhaitant développer l'affirmation de soi.

PRE-REQUIS Aucune connaissance particulière.

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables sur le terrain.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

1. Analyser ses comportements en situation professionnelle et leurs conséquences

- Identifier ses qualités naturelles et ses axes d'amélioration.
- Mesurer les effets de ses comportements sur son entourage professionnel.
- Cerner les caractéristiques et les avantages d'un comportement assertif.
- Comprendre ses propres obstacles à l'affirmation de soi.

Atelier : auto-diagnostic de ses comportements et de leurs conséquences.

2. Mieux s'affirmer

- Oser être soi-même et se faire confiance.
- Adopter une attitude assertive.
- Se dégager des "comportements-pièges" (passivité, agressivité, manipulation).
- Transformer ses points faibles en atouts.
- Savoir dire oui... et non !
- Prendre du recul.

Atelier : s'entraîner à formuler ses propos de manière assertive.

3. Etablir des relations professionnelles sereines et constructives

- Respecter les règles du jeu des relations professionnelles.
- Savoir-faire et recevoir des critiques avec assertivité.
- Savoir quand et comment négocier pour maintenir des relations efficaces.
- Garder la maîtrise des contacts avec les interlocuteurs extérieurs.

Jeux de rôles : conserver la maîtrise des échanges avec des tiers.

4. Agir et réagir efficacement en situation délicate

- Analyser et gérer les relations difficiles.
- Lever les situations de blocage.
- Savoir écouter.

- Etre ferme tout en restant constructif.
- Se faire comprendre.

Jeux de rôles : gérer et sortir de situations conflictuelles.

Gagner en confiance

DURÉE : 2 jours

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

LES OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

Gagner en confiance personnelle pour être plus à l'aise dans sa vie professionnelle.
Développer toutes ses potentialités.
Rentrer dans l'action et réussir.

PARTICIPANTS Tout salarié désirant gagner plus de confiance en soi.

PRE-REQUIS Aucune connaissance particulière.

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables sur le terrain.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

Etape 1 : comprendre et faire son diagnostic

- "confiance en soi" : de quoi parle-t-on ?
- Les mécanismes de la confiance en soi.
- Les leviers pour progresser : moi idéal et moi réel.

Atelier : diagnostic individuel de confiance en soi.

Etape 2 : pour soi-même, développer son potentiel

- Mieux se connaître.
- Accepter ses besoins et ses émotions.
- Sortir de ses "comportements pièges".
- Prendre appui sur ses ressources personnelles.

Atelier : exercice créatif sur la confiance en soi.

Etape 3 : face aux autres, s'affirmer

- Faire passer son message : communication non violente.
- Intégrer le point de vue de l'autre : écoute et empathie.
- S'appuyer sur son environnement.
- Techniques d'ancrage de confiance en soi : les pratiquer.

Atelier : entraînements sur des techniques de renforcement de confiance en soi.

Jeux de rôles : simulations de communication sur des situations rencontrées par les stagiaires.

Etape 4 : face aux événements, agir en confiance

- Définir son projet et ses objectifs.
- Techniques pour développer son "sentiment de compétence".
- Capitaliser sur ses réussites.
- Surmonter l'échec.
- Adopter une nouvelle dynamique d'action.



Atelier : définition de solutions personnelles et mise en place d'un plan d'action.



Word - initiation

DURÉE : 3 demi-journées

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

PARTICIPANTS Tout public

PRE-REQUIS Initiation à Windows.

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage Word Initiation, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

Se familiariser à l'environnement Microsoft Word et gérer ses document word

- Ouvrir un nouveau document word
- Ouvrir, enregistrer et fermer un document word existant
- Apprendre à utiliser la barre d'état, la barre d'outils et les options d'affichage

Concevoir un document word

- Saisir, modifier et déplacer un texte
- Supprimer une zone de texte
- Utiliser les fonctions copier/coller et couper/coller

Mise en forme d'un document word

- Définir la police, le style et les autres attributs d'un texte
- Choisir les options d'un paragraphe : alignement, retrait, espacement, interligne.
- Insérer des listes à puces ou numéros
- Copier/coller une mise en forme
- Utiliser les mises en forme automatiques

Création d'un tableau

- Concevoir un tableau et y saisir un texte
- Redimensionner un tableau
- Insérer, déplacer ou supprimer une ligne ou une colonne
- Définir la mise en forme et l'habillage

Affiner la présentation du document word

- Insérer une pagination et/ou une numérotation de pages
- Insérer en-têtes et pieds de page
- Corriger son document word à l'aide des outils Microsoft Word : utiliser la correction automatique, les vérificateurs d'orthographe et de grammaire et le dictionnaire des synonymes

Mettre en page un document word et l'imprimer

- Définir les options de mise en page : marges, orientation du document word (portrait ou paysage), numérotation des pages, bordures, etc.
- Utiliser le mode "aperçu avant impression"

Word - avancé

DURÉE : 3 demi-journées

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

PARTICIPANTS Tout public

PRE-REQUIS Word initiation

OBJECTIFS

Ce cours Word niveau avancé vous apprendra à automatiser les principales tâches de création et modification de texte avec Word. Il vous rendra également autonome en P.A.O., afin de soigner la présentation des documents et l'intégration de données venant d'autres logiciels du Pack Office.

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage Word niveau avancé, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

Manipulation de texte

Correction, Déplacement, Sélection

Le principe du "Copier-coller"

Le correcteur orthographique et grammatical

Le dictionnaire de synonymes

Saisie, Mise en forme des caractères et des paragraphes

Saisir, supprimer, déplacer, copier du texte, les balises

Polices et attributs

Le surligneur

Alignements, retraits, interlignes, espacements

Bordures et trames

Listes à puce et listes numérotées

Recopie de la mise en forme

La Mise en Page

Marges, orientation

En-tête et pied de page

Numérotation et coupure de page

Les sauts de sections

Les Tabulations

Les différents types de tabulations

Ajout d'une ou de plusieurs tabulations

Restitution des tabulations d'origine

Ajouter des points de suite

Les Tableaux

Créer et structurer un tableau

Largeur, hauteur et positionnement dans la page

Aligner des nombres, du texte



Encadrer des cellules
Dessiner un tableau
Gérer du texte dans un tableau

Les images

Insérer des images
Habiller du texte avec des images

Le Publipostage

Création du fichier de données
Création du document type
Utilisation des champs de fusion
Les étiquettes

Les Modèles



Word – les documents longs

DURÉE : 1 demi-journée

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

PARTICIPANTS Tout public

PRE-REQUIS Utilisation courante de Word base.

OBJECTIFS

Ce cours Word niveau avancé vous apprendra à automatiser les principales tâches de création et modification de texte avec Word. Il vous rendra également autonome en P.A.O., afin de soigner la présentation des documents et l'intégration de données venant d'autres logiciels du Pack Office.

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage formation word, gestion des longs documents, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

1 Bien débiter la création d'un document

- Analyser l'information pour bien la traiter.
- Cerner les objectifs.
- Identifier les caractéristiques du document à produire.
- Déterminer les messages clés à faire passer.
- Préparer le plan.

2 Acquérir les règles de mise en pages et de typographie

- Mesurer l'impact de la mise en page sur la capacité de lecture.
- Cerner les éléments qui facilitent la lecture rapide.
- Marger efficacement un document.
- Appliquer les règles typographiques.
- Équilibrer la présentation du texte et l'espace entre les mots, les lignes.
- Placer les illustrations (schémas, graphiques, formes, photos, images).

3 Maîtriser la construction de documents structurés dans Word 2007/2010

- Travailler avec les styles et le volet de navigation.
- Mettre en forme et numéroté automatiquement les titres.
- Ajouter une page de garde.
- Générer et personnaliser la table des matières.
- Définir les en-têtes et pieds de page.
- Gérer les sauts de page : paragraphes et lignes solidaires, lignes veuves ou orphelines, sauts de page ...
- Faciliter la consultation du document à l'écran.

4 Maîtriser les automatismes utiles aux documents élaborés

- Maîtriser le concept de section et gérer les sauts de section.
- Mixer les mises en page dans un même document : portrait ou paysage.
- Créer un document recto verso : gérer les pages paires et impaires.
- Insérer des signets et des renvois.
- Insérer des notes de bas de page ou de fin de document.

- Créer un index de mots clés.
- Utiliser des champs pour afficher des informations variables : afficher le nom du chapitre courant dans l'en-tête ou le pied de page, le nom de l'auteur...

5 Exploiter les outils gain de temps

- Utiliser un modèle pour chaque type de document.
- Créer des jeux de styles et attribuer des raccourcis clavier.
- Enregistrer des blocs de contenus QuickParts pour les réutiliser dans n'importe quel document.

Word – les tableaux

DURÉE : 1 demi-journée

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

PARTICIPANTS Tout public

PRE-REQUIS Utilisation courante de Word base.

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage formation tableaux word, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

Améliorer la mise en forme d'un tableau

- alignements horizontal et vertical du tableau
- centrage du tableau dans la page
- bordures et trames
- largeur des colonnes
- hauteur des lignes
- création d'un rang d'en-tête (répétition de la zone de titre)
- saisie de texte à côté d'un tableau
- intégration d'images
- numérotation automatique
- taquets de tabulation
- centrages vertical et horizontal de texte dans une cellule
- fusion de cellules à l'horizontale et à la verticale
- ajuster la taille des cellules
- uniformiser la largeur des colonnes ou des lignes

Modifier le contenu d'un tableau

- copie et déplacement de données dans un tableau
- format des nombres

Créer un tableau et le mettre en forme à l'aide de la barre d'outils tableau

- dessiner un tableau

Effectuer des calculs dans un tableau

- formules mathématiques et logiques (création, modification, suppression)
- copie / activation de formules

Convertir du texte en tableau et vice versa

Travailler le texte en colonnes

Trier le contenu d'un tableau (tri simple / tri avec clé)

Créer un graphique à l'aide de données contenues dans un tableau

Importer un chiffrier et une base de données

- sans liaison
- avec liaisons OLE et OLE2

Excel – initiation

DURÉE : 3 demi-journées

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

PARTICIPANTS Tout public

PRE-REQUIS Avoir suivi un stage Windows ou posséder un niveau de connaissance équivalent.

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage Excel initiation, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables.

LES OBJECTIFS

Maîtriser les fonctions principales du logiciel Excel 2013 afin d'être autonome pour créer, mettre en forme, mettre en page et imprimer des tableaux. Maîtriser des calculs simples. Manipuler l'outil graphique et profiter du nouvel assistant du choix du type de graphique à représenter.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

Prise en main d'Excel 2013

- Découvrir la nouvelle interface de démarrage
- Le ruban - Les onglets
- Le mode plein écran
- Découvrir l'onglet Fichier avec le nouveau mode Backstage
- La barre d'outils d'accès rapide
- Les menus contextuels
- Utiliser le lanceur de boîte de dialogue

Gestion des classeurs Excel 2013

- Ouvrir / Enregistrer / Enregistrer sous
- Envoyer un classeur par mail au format PDF
- Présenter un tableau en ligne via Internet
- Partager via SkyDrive ou SharePoint
- Imprimer

Saisie, validation et modification des données

- Saisie et validation de données
- Modification de cellules
- Sélection de plages de cellules
- Utilisation de la poignée de recopie
- Insérer / Supprimer des lignes, des colonnes et des cellules
- Copier / Couper / Coller des lignes, des colonnes et des cellules

Mise en forme dans Excel 2013

- Onglet Accueil : Police / Alignement / Nombre
- Reproduire la mise en forme
- Les styles de cellules
- La mise en forme conditionnelle (utiliser l'outil d'analyse rapide)

Formules de calcul dans Excel 2013

- Utilisation de la somme automatique
- Structure d'une formule de calcul utilisant une fonction
- Création d'une formule utilisant les opérateurs mathématiques (+ - * /)
- Utilisation d'autres fonctions (Moyenne, Nb, Max, Min)
- Recopie d'une formule de calcul
- Notion de cellule relative ou absolue

Mise en page dans Excel 2013

- Appliquer les thèmes
- Présenter le document en vue de l'impression (Aperçu, Orientation, Marge, Mise à l'échelle)
- Réaliser des en-têtes et pieds de pages

Gestion des feuilles dans un classeur

- Manipulation des onglets (insérer, copier/déplacer, nommer, supprimer une feuille de calcul)

Générer des graphiques dans Excel 2013

- Principes et conseils sur la création des graphiques
- Utilisation de la fonction : Graphiques recommandés
- Personnaliser un graphique
- Utilisation des Sparklines (mini-graphiques placés dans des cellules individuelles)
- Animation des graphiques (TimeLine « Chronologie », Slicer « Segments »)

Excel – avancé

DURÉE : 3 demi-journées

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

PARTICIPANTS Tout public

PRE-REQUIS Connaître les tableaux croisés dynamiques, maîtriser les fonctions de calculs avancées (fonction conditionnelle, fonction date et texte).

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage Excel avancé, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables.

LES OBJECTIFS

Maîtriser les fonctions de recherche, les fonctions base de données, la fonction Si et les formules imbriquées, créer des tableaux croisés dynamiques avancées, personnaliser l'environnement Excel, concevoir des macros.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

Gestion des documents

Créer, modifier et enregistrer un document Excel

L'enregistrement automatique

Choix du répertoire d'enregistrement

Saisir des données et des formules de calcul

Saisir, modifier, corriger, copier et déplacer des données

Créer des formules de calcul : opérateurs (+, -, *, /).

Utiliser les fonctions simples : somme, moyenne, nb, conditionnelle,...

Utilisation des références relatives et absolues

Fonctions Logiques et de Recherche

Les fonctions DATE et HEURE

Mise en forme

Format de cellules

Mise en forme Conditionnelles

Personnalisation du format de Nombre

Impression des documents

Aperçu avant impression

Insertion d'un saut de page

Mise en page (Orientation, en-tête, pied de page...)

La gestion des titres

Les Graphiques

L'assistant graphique

Modification et personnalisation d'un graphique

Le mode groupe de travail

Travailler sur des feuilles de calcul

Les liens entre les feuilles
Les liens entre les classeurs

L'analyse de données

Utilisation des filtres automatiques
Le tri et les sous totaux
Les filtres élaborés
Les tableaux croisés dynamiques

Les outils

La valeur cible
Le solveur
Le gestionnaire de scénarios

Macros en enregistrement

Enregistrement de Macro
Associer un bouton à une macro.
Exécution de macros : raccourcis clavier, barre d'outils,...

Excel – les tableaux croisés dynamiques

DURÉE : 1 demi-journée

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

PARTICIPANTS Tout public

PRE-REQUIS Utilisation courante d'Excel base.

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage formation excel tableaux croisés dynamique, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

Rappels :

Rôle et intérêt du tableau croisé dynamique.

Sources de données.

Approche méthodologique :

-Analyse des données à exploiter :

-Définition des objectifs de l'analyse statistique :

Création :

Choix de la source de données, des champs.

Formules pour améliorer la qualité des données sources.

Combiner les données de plusieurs sources :

- Par des formules.
- En installant l'assistant afin d'utiliser les plages avec étiquettes.
- En utilisant les requêtes MSQuery.

Utiliser d'autres sources :

- Import de fichiers texte.
- Données issues d'une base de données.

Choix du type et de la logique de calcul :

- Somme, dénombrement, moyenne, maximum, minimum.
- Ratio.
- Évolution.
- Cumul.
- Classement.

Regroupements : Semi automatiques, manuels, simples et élaborés.

Ajout de champs calculés et ajout d'éléments calculés.

Mise en forme :

- Disposition et mise en forme du tableau croisé, gestion des niveaux.
- Format des nombres : Formats personnalisés.
- Styles de tableaux : Créer son propre style.

- Tris spécifiques.
- Mise en forme conditionnelle.

Exploitation :

- Rattachement de segments à plusieurs tableaux croisés.
- Création de graphique croisé dynamique et mise en forme des GCD.
- Construire des tableaux ayant comme source un tableau croisé.
- Construire des graphiques classiques à partir d'un tableau croisé.
- Compléter le tableau croisé par des formules juxtaposées.

PowerPoint

DURÉE : 3 demi-journées

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

PARTICIPANTS Toute personne souhaitant approfondir ses connaissances sur Powerpoint, ayant besoin de réaliser des présentations à l'allure professionnelle.

PRE-REQUIS Etre à l'aise avec le maniement de la souris et du clavier

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage Powerpoint, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables.

OBJECTIFS

Etre à l'aise avec l'environnement de PowerPoint. Connaître les différentes étapes de la création d'une présentation. Savoir réaliser des présentations attrayantes enrichies de dessins, d'images et d'animations.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

Conception d'une présentation

- Les méthodes de travail avec PowerPoint
- Les règles simples pour réussir une présentation

Création et mise en forme de la présentation : l'onglet Accueil

- Utilisation du Plan
- Manipulation des niveaux du plan
- Création de Nouvelles diapositives
- Création des différentes dispositions proposées
- Dupliquer une diapositive
- Réutiliser des diapositives existantes

Création et mise en forme de la présentation : l'onglet Insertion

- Le groupe Tableau
- Le groupe Illustrations (images, formes, SmartArt et graphiques)
- Les liens
- Le groupe Texte
- Le groupe Clips multimédias

Création et mise en forme de la présentation : l'onglet Création

- Le groupe Mise en page (mise en page et orientation)
- Le groupe Thèmes
- Le groupe Arrière-plan

Création et mise en forme de la présentation : l'onglet Affichage

- Le groupe Affichage des présentations
- Les différents affichages
- Personnalisation des masques
- Les pages de commentaires

Animation d'un diaporama : l'onglet Animation

- Le groupe Animations (l'animation du texte et des objets)
- Le groupe Accès à cette diapositive (Les effets de transition entre les diapositives)

Imprimer

- Les différentes possibilités d'impression

Publier

- Préparer un package pour CD-ROM
- Créer un document Microsoft Word

Enregistrer

- Les différentes possibilités d'enregistrement

Outlook et internet

DURÉE : 3 demi-journées

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

PARTICIPANTS Tout public

PRE-REQUIS Initiation à Windows

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage Outlook, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables.

OBJECTIFS

- Adapter Outlook à son activité pour gagner du temps et mieux s'organiser.
- Optimiser la gestion de ses mails.
- Maîtriser l'envoi et la réception des pièces jointes.
- Gérer ses contacts, son agenda, ses tâches.
- Partager des ressources collectives.
- Naviguer sur Internet

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

Présentation du produit

La fenêtre et les nouveautés d'Outlook.

Présentation de la zone de travail.

Configurer les options d'Outlook

Personnaliser l'affichage des messages.

Les options de messagerie.

Travaux pratiques

Navigation dans Outlook 2010.

Gérer l'envoi de son courrier

Composition et mise en forme d'un message simple.

La saisie semi-automatique des adresses.

Définir les options d'un message.

Utilisation des signatures.

Le bouton Options.

Insérer une pièce jointe, un élément ou un objet.

Gérer la réception de son courrier

Les symboles de la boîte de réception.

Lire ses messages : aperçu partiel /volet de lecture.

Le classement par expéditeur.

L'affichage des messages non lus.



Répondre aux messages, transférer les messages.

Imprimer les messages.

Travaux pratiques

Envois de mails avec bouton de vote, accusé de lecture et pièce jointe.

Gérer sa boîte de réception

La recherche instantanée.

Créer des dossiers (onglet Dossier).

Utiliser les indicateurs de tâches et

Les codes couleurs.

Classer par catégories.

Copier, déplacer, archiver, supprimer les messages.

Options avancées de messagerie

Le gestionnaire d'absence avec messages ciblés.

Nettoyage de la boîte aux lettres.

Les fonctions rapides " QuickSteps ".

Travaux pratiques

Faire une recherche, création de dossiers, création d'une règle suite à l'activation de son gestionnaire d'absence.

Gérer son calendrier

Personnaliser l'affichage du calendrier.

Créer un RDV, créer un RDV périodique.

Rechercher des éléments.

Travaux pratiques

Organiser une réunion, visualiser la disponibilité des participants.

Gérer ses contacts/tâches/notes

Créer et gérer les contacts.

Créer et assigner une tâche.

Travaux pratiques

Créer une tâche, créer un nouveau contact, créer une liste de distribution, créer et personnaliser une note.

Ms internet explorer

Historique et fonctionnement d'Internet

Les moteurs de recherche

La recherche avancée

Les favoris

L'historique

Modification de la page de démarrage

Nouveautés Office 2016

DURÉE : 3 demi-journées

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

PARTICIPANTS Tout public

PRE-REQUIS Utilisation courante des versions antérieures d'Office.

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage nouveautés office 2016, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

Travailler dans le nouvel environnement 2016

- Découvrir la nouvelle interface de démarrage
- Le ruban - Les onglets : découvrir les nouvelles fonctionnalités intégrées
- Découvrir l'onglet Fichier avec le nouveau mode Backstage

Les nouveautés d'Excel 2016

- L'analyse rapide pour les débutants
- Le Flash Fill ou le Remplissage Instantané (nouvelle fonctionnalité magique d'Excel)
- Tableaux Croisés Dynamiques recommandés (Pro-position des TCD prêts à l'emploi)
- Graphiques recommandés (Proposition des types de graphiques en fonction des données)
- Les relations entre les tableaux

Les nouveautés de Word 2016

- Ouvrir et modifier des fichiers PDF dans Word
- Insertion des vidéos en ligne dans un document
- Joindre directement des collègues à la révision d'un document par le biais des commentaires (Word plus collaboratif)
- Alignement amélioré des images
- Reprendre le document au même point à sa réouverture (très pratique)

Les nouveautés de PowerPoint 2016

- Travailler à plusieurs sur la même présentation
- Variation des thèmes
- Découvrir le nouveau mode Présentateur sur un seul moniteur (très pratique)
- Faire un zoom dans une diapositive
- Aligner et répartir uniformément des objets (fini les approximations)
- Prise en charge améliorée des éléments vidéo et audio
- Découvrir le nouveau volet commentaire

Les nouveautés d'Outlook 2013

- Prise en main d'Outlook 2016
- Nouvelle barre de navigation (Boîte de réception toujours visible)
- Répondre rapidement aux messages (sans les ouvrir)
- Nouvelle barre des prévisions météorologique
- Synchronisation des contacts entre Outlook et les réseaux sociaux
- Envoyer un calendrier
- Recherche avancée améliorée (plus de filtres)

Sharepoint

DURÉE : 2 demi-journées

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

PARTICIPANTS Cette formation SharePoint 2013 s'adresse aux utilisateurs, aux responsables de sites, aux administrateurs et aux développeurs SharePoint 2007/2010 qui souhaitent découvrir les nouvelles fonctionnalités de SharePoint 2013.

PRE-REQUIS Savoir utiliser un navigateur internet (IE) et la suite Microsoft Office

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage formation utilisateur Sharepoint, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

Introduction

- Introduction à SharePoint
- Présentation de Share Point Server 2013
- Usages de SharePoint SharePoint 2013

Présentation des bibliothèques et listes

- Gestion des sites
- Les tâches, liens, calendriers et enquêtes
- Les bibliothèques de photos.
- Les bibliothèques de formulaires.
- Gestion des applications
- L'ajout de contenu
- Les alertes
- Les flux RSS.

Travaux pratiques

Utiliser des listes et des bibliothèques dans vos sites SharePoint. Créer des modèles.

Gestion des listes

- Création de listes personnalisées
- Modification de colonnes
- Gestion des formulaires
- Vues « défaut »
- Vues « Feuilles de données »

Travaux pratiques

Gérer ses listes, créer et personnaliser des listes.

Gestion des bibliothèques de documents

- Ajout et modification de contenu.
- Approbation de contenu.
- Gestion et personnalisation des colonnes
- Gestion de l'historique

Travaux pratiques

Gérer ses bibliothèques de documents, créer et personnaliser des bibliothèques de documents.

Gestion des composants WebParts

- Création dans le cas d'une page Web sur un site existant
- Création d'une page de composants Webpart.
- Modification d'une page Web de composants Webpart.

Travaux pratiques

Créer et personnaliser des pages, intégrer des WebParts.

Personnalisation des sites et d'espaces de travail

- Personnalisation d'un site
- Création d'un titre, d'une description, d'un thème
- Options de navigation
- Webparts de type liste
- Webparts personnalisées
- Espaces de travail
- Cycle de vie
- Création et suppression d'un espace de travail
- Webparts de répertoire de site

Travaux pratiques

Créer et personnaliser un site. Mettre en place la navigation.

Panorama

- Workflow et stratégies de gestion de l'information
- La recherche
- Le Réseau Social de l'Entreprise et les profils utilisateurs
- SharePoint Designer 2013
- InfoPath Designer 2013

Travaux pratiques

Concevoir et utiliser un Workflow. Rechercher des contenus. Manipuler simplement SharePoint Designer et Infopath.

Community Manager

DURÉE : 4 demi-journées

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

PARTICIPANTS Responsable de communication, responsable marketing, chef de projet Web en agence ou chez l'annonceur, attaché de presse.

PRE-REQUIS Aucune connaissance particulière.

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage formation Community Manager, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

Evolution du web 2.0 et émergence du community management

Comprendre les dynamiques d'opinion dans le web social

Rôle et missions du community manager

- Pourquoi et comment intégrer un community manager à son entreprise?
- Sélectionner un community manager : comment une marque peut-elle tracer l'expérience du community manager ?
- Dans quelle mesure le community manager participe/assiste aux décisions stratégiques ?
- Doit-il être intégré au service, communication, web marketing, direction générale... ?
- Evolution du métier de community manager
- intégration du community manager au service client : optimiser le marketing relationnel
- Le community manager « intra » : animer des communautés en interne (plateforme collaborative, intranet)

« Social media strategy » : collaborer avec des communautés existantes ou créer sa propre communauté ?

Bâtir une stratégie sur les réseaux sociaux

- Définir ses objectifs : générer des leads, développer l'image, fidéliser les clients...
- Elaborer un récit de marque et un contenu adapté

Sites communautaires, plateformes de blog, forums, listes de discussion... Fonctionnement des réseaux sociaux

- Analyse de l'écosystème des différentes plateformes (blogs, forums...)
- Respecter les principes fondamentaux : l'implication, la transparence et l'audience

Les mécaniques pour créer du buzz en communiquant auprès des communautés existantes

- Identifier les "influenceurs" pertinents pour votre marque
- Comment les aborder et les impliquer concrètement dans votre stratégie ?

Etude de cas entertainment et médias

Analyse d'opérations participatives dans la blogosphère

Créer votre propre communauté pour renforcer votre e-CRM et toucher une audience qualifiée

- Dans quels objectifs créer sa communauté ? Comment devenir légitime sur les réseaux sociaux ?
- Blog de marque, forums, chats... Choisir le "bon" outil à moindre coût en fonction de vos objectifs
- Quels sont les investissements nécessaires en temps – hommes – budget ?

Bien gérer la réputation de sa marque en ligne

- Détecter et gérer le buzz positif et négatif : les outils clés

Stratégie de dialogue et modération

Développer une stratégie de dialogue et de modération sur les réseaux sociaux

- Comment se construire une expérience légitime sur les réseaux sociaux (historique de marque) ?
- Développer une liberté de ton tout en intégrant les valeurs de la marque
- Pourquoi un CM et une marque ne peuvent se permettre une liberté de ton ?
- Définir et mettre en place des guidelines de bonnes conduites (propriété intellectuelle) et maîtriser le risque juridique : quelle responsabilité pour les éditeurs, hébergeurs et annonceurs ?

Animation et modération : la « boîte à outils »

- outils de veille gratuits et payants
- outils de gestion de dialogue
- outils de modération (Concileo, Netino...)
- outils d'internet mobile pour gagner en réactivité

Optimiser sa stratégie de dialogue et sa modération

Etre réactif et avoir des réponses personnelles, gérer les crises ponctuelles, comment réagir face à un « troll », détracteur... ?

Témoignage d'un community manager: enjeux, best practices, prospective

Co création, publicité, social shopping : «exploiter » le potentiel des médias sociaux

Passer de l'UGC à la co-création

Impliquer la communauté dans son marketing et développement produit / service

Jeux concours, e-pub... : créer des expériences de marque

Retours d'expérience

Maîtriser les « best practice » (veille, écoute, animation, promotion, fidélisation...)

Réseaux sociaux et focus sectoriel

Réseaux sociaux et e-commerce

Réseaux sociaux et B2B

Réseaux sociaux et recrutement

Elaborer, piloter et analyser des actions collaboratives de social shopping

Mesurer l'impact de son marketing communautaire

Metrics et méthode d'analyse des actions de community management

Wordpress

DURÉE : 2 demi-journées

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

PARTICIPANTS Toute personne désireuse de construire un site internet à l'aide de WordPress

PRE-REQUIS Être à l'aise avec l'ordinateur, maîtriser Internet et les fonctionnalités des sites web.

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage de formation WordPress, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

1 Créer un site Web

- Déposer un nom de domaine.
- Trouver un hébergeur pour son site.
- Définir l'arborescence.
- Organiser les contenus.
- Structurer la navigation.

2 Concevoir les pages

- Acquérir les bases du HTML.
- Proposer un contenu de qualité.
- Créer les pages de son site.

3 Installer et utiliser WordPress

- Télécharger le logiciel.
- Démarrer l'installation.
- Utiliser le tableau de bord.
- Définir les options générales.
- Régler et paramétrer les médias.
- Ajouter et gérer des extensions.
- Choisir le thème du site : charte graphique, typographie et couleurs.

4 Valoriser les contenus

- Créer des articles et des pages.
- Choisir le nom et un slogan.
- Définir les catégories.
- Ajouter des mots clés.

5 Préparer et intégrer les images

- Les formats image (PNG, GIF, JPEG).
- Récupérer et modifier des images.
- Les rapports taille/poids et vitesse de chargement.

6 Insérer des liens hypertextes

- Entre les pages de votre site Internet.
- Vers d'autres sites.
- Vers une messagerie électronique.
- Vers des fichiers PDF, son ou vidéo.

7 Compléter et enrichir le site web

- Gérer les thèmes.
- Améliorer l'ergonomie du site.
- Gérer les comptes utilisateurs.
- Les réglages avancés du thème.
- Tester le site en ligne.

Référencement naturel - SEO

DURÉE : 2 demi-journées

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

PARTICIPANTS Toute personne chargée d'améliorer le référencement naturel du site de son entreprise

PRE-REQUIS Aucun

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage formation SEO, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

L'analyse des mots-clés

La formation professionnelle de Référencement de moteur de recherche commencera par les questions primaires : quel est votre groupe cible et à partir de quels mots-clés voulez-vous qu'on vous trouve ? En effet, ces mots sont directement liés au groupe cible. Vous réaliserez une analyse des mots-clés sur base de votre propre site Web et nous focaliserons bien évidemment sur le groupe cible de votre site Web et effectuerons une analyse de la concurrence.

Optimisation des facteurs de positionnement

Un certain nombre de facteurs est primordial pour amener votre site Web dans une bonne position au sein de Google. Dans ce module, nous aborderons les importants facteurs suivants : Le contenu, HTML, L'architecture, Le développement du site Web

Outils d'indexation

Pendant ce module, vous apprendrez grâce aux outils pour les webmasters : Les pages indexés par Google, Les fautes découvertes lors de l'indexation du site Web, Les recherches qui conduisent au lien vers votre site Web, Qui crée un lien vers votre site Web

Tendances et évolutions

Pendant ce module, nous aborderons les tendances et évolutions actuelles. Vous apprendrez entre autres les mises à jour introduites par Google Panda et Penguin, l'importance des rendements par visiteur et la visibilité des recherches universelles.

Le link-building

Le link-building efficace permet d'acquérir une meilleure position de votre site Web dans les moteurs de recherches. Pendant ce module, vous apprendrez à appliquer de façon efficace le link-building.

Acquérir une bonne position dans les moteurs de recherche grâce aux réseaux sociaux

Votre réputation sur les réseaux sociaux influence également le marketing de moteur de recherche. Mais quelle est exactement l'ampleur de cette influence et comment l'utiliser à votre profit ? Pendant ce module nous nous focaliserons sur l'influence des réseaux sociaux sur le marketing de moteur de recherche et nous vous donnerons quelques conseils utiles.



Joomla

DURÉE : 4 demi-journées

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

PARTICIPANTS Ce cours s'adresse aux administrateurs, web masters, développeurs et web designers qui auront la charge d'un site Joomla

PRE-REQUIS Connaissance de base de l'Internet Notions d'HTML

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage de formation Joomla, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

Concepts fondamentaux de Joomla!

Présentation. Les différentes versions.

Domaines d'application, nombre d'utilisateurs, références industrielles.

Structure et fonctionnalités d'un CMS.

L'architecture de Joomla!.

Travaux pratiques

Démonstrations de sites Web créés avec Joomla.

Premiers pas avec Joomla!

Installation et configuration de Joomla! sur un serveur local. Paramétrer le site.

Adapter langue et modèle. Organiser l'espace de travail.

Travaux pratiques

Prise en main de Joomla. Installation et configuration.

Structure de l'administration JOOMLA

Visualiser la configuration.

Créer des comptes utilisateurs.

Gérer les utilisateurs et un site collaboratif.

Travaux pratiques

Paramétrage, utilisateurs, sites.

Comprendre les menus de JOOMLA

Les menus Site, Menus, Contenu, Composants, Extensions, Outils.

Travaux pratiques

Manipuler l'interface de Joomla!.

Créer le contenu des pages Web avec Joomla!

Les sections, catégories et articles.

Définir les paramètres liés aux articles.

Gestion des articles supprimés.

Gestion des images et du texte.

Créer un lien ou insérer une ancre.

Insérer un tableau, un calque.

Travaux pratiques

Création et mise en forme de pages Web.

Enrichir les pages Web

Ajouter un formulaire de contact.

Utiliser la messagerie interne.

Travaux pratiques

Amélioration des pages Web avec des fonctions avancées.

Les modèles (templates)

Architecture d'un fichier de modèle.

Le fichier templateDetails.xml.

Choisir et installer un modèle.

Concevoir des modèles Joomla!

Personnalisation. Gérer les plug-ins.

Travaux pratiques

Utilisation et création de modèles.

Déployer le site sur un serveur distant

Mise en ligne du site.

Statistiques de visites.

Travaux pratiques

Déployer le site Web. Analyser les visites.

Drupal

DURÉE : 4 demi-journées

ADRESSE : Swissnova, Rue de Lyon 109, 1203 Genève

LES OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- Savoir installer, configurer et administrer un site Drupal
- Avoir une vue d'ensemble des possibilités de Drupal : points forts, points faibles, délais de mise en œuvre
- Personnaliser la charte graphique de son site sans mettre les mains dans le code
- Etre capable d'installer, de configurer et d'exploiter des modules indispensables

PARTICIPANTS Cette formation Drupal s'adresse aux Webmasters ou responsables de sites Web

PRE-REQUIS Connaître HTML et CSS / Connaître PHP

TRAVAUX PRATIQUES

Ce stage de formation Drupal, qui repose sur des mises en situation réalistes et la confrontation de pratiques, permet l'acquisition de techniques directement utilisables.

PROGRAMME DE CETTE FORMATION

1. Introduction à Drupal
2. Présentation de Drupal
3. Points forts et points faibles de Drupal
4. Le jargon lié à Drupal
5. Les outils de développement Drupal
6. Installation locale de Drupal
7. Installation multi sites de Drupal
8. Trouver des ressources (Web, IRC, ...)
9. Installation d'un site multilingue
10. Création du contenu avec Drupal
11. A propos des templates Drupal
12. Les principaux fichiers de template
13. Créer du contenu sous forme de noeuds
14. Formater le contenu avec un éditeur
15. Formatage avancé du contenu
16. Insérer des fichiers images, vidéos
17. Créer du contenu sous forme de blocs
18. Organisation du contenu
19. Classer le contenu de son site avec la taxonomie
20. Créer un menu utilisant la taxonomie
21. Utiliser des vues pour naviguer
22. Créer des pages d'accueil
23. Administration du site Drupal
24. Contrôler l'accès au contenu
25. Gérer le spam
26. Modérer les commentaires
27. Gérer les utilisateurs, leurs droits
28. Automatisation des tâches courantes
29. Gérer le workflow de publication
30. Sauvegarder son site Drupal
31. Personnalisation du visuel
32. Paramétrages du thème depuis l'interface d'admin
33. Personnalisations faciles avec CSS
34. Modules permettant de personnaliser la charte graphique
35. Installation des modules CCK et Views