

Bloc RNCP de 8 jour(s)
Réf : ZRA

Participants

Toute personne souhaitant apprendre le suivi des résultats d'une activité.

Pré-requis

Aucune connaissance particulière.

Prix 2019 : 3339€ HT

Dates des sessions

PARIS

11 avr. 2019, 17 oct. 2019

Modalités d'évaluation

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices à réaliser (50 à 70% du temps).

Compétences du formateur

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

Moyens pédagogiques et techniques

• Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.

• A l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.

• Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin

Parcours certifiant Suivi des résultats d'activité

Bloc de compétences d'un titre RNCP

Ce parcours de formation représente le troisième bloc de compétences constituant le titre certifié de Niveau II (Bac+3) « Responsable de centre de profit » reconnu par l'État. L'ensemble de ces formations vous permettra d'apprendre à construire les tableaux de bord pour suivre et piloter une activité.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Construire les tableaux de bord pour suivre et piloter l'activité
Concevoir des outils d'analyse et d'aide à la décision
Comprendre l'intérêt et l'utilité d'un contrôle de gestion
Maîtriser les différents budgets, leurs élaborations et les articulations entre eux
Utiliser les différents leviers du web pour gérer sa communication
Cibler les publics pertinents à travers les réseaux sociaux

1) Manipuler les données dans Excel

2) Analyser et anticiper avec les tableaux croisés

3) Les outils financiers

4) Le tableau de bord de gestion

5) Réussir sa présence sur le Web

6) Améliorer l'impact de sa communication grâce au digital

1) Manipuler les données dans Excel

- Bonnes pratiques et raccourcis.
- Importer des données externes.
- Tris et filtres, simples et avancés.
- Plage de données vs tableau.

Travaux pratiques

Mise en forme d'un tableau.

2) Analyser et anticiper avec les tableaux croisés

- Maîtriser tous les paramètres avec 3 boîtes de dialogues.
- Synthétiser : nombre, moyenne, somme, max, min...
- Ajouter des ratios, des écarts, des %, des cumuls...
- Trier, filtrer et grouper les étiquettes de ligne et de colonne.

Travaux pratiques

Concevoir des tableaux croisés dynamiques.

3) Les outils financiers

- Les flux financiers : fonds de roulement (FRNG), besoin en fonds de roulement (BFR).
- Les outils : compte de résultat prévisionnel, plan de financement, plan de trésorerie.
- La démarche de construction d'une prévision pluriannuelle.
- Choix des investissements : critère de rentabilité.

Etude de cas

Optimiser votre trésorerie par une bonne maîtrise de votre besoin en fonds de roulement. Identifier les investissements les plus rentables.

4) Le tableau de bord de gestion

- Indicateurs de résultat et indicateurs de performance.
- La collecte des informations et le choix des indicateurs.
- Construction et animation.

Etude de cas

Assurer la pérennité de l'entreprise en optimisant l'usage des ressources à l'aide d'indicateurs ciblés.

5) Réussir sa présence sur le Web

- Définir sa stratégie digitale multicanale.
- Respecter les règles d'animation d'une communauté.
- Retenir l'attention avec le Storytelling, le Scrolltelling et le Picture Marketing.

Travaux pratiques

Identification des leviers de communication digitale adaptés à ses cibles et à son message.

6) Améliorer l'impact de sa communication grâce au digital

- Créer un site Web, un blog, une plateforme de RP et gérer son contenu avec le CMS intégré.
- Gérer gratuitement des campagnes d'emailing.
- Rendre des présentations visibles sur le Web dans un objectif B2B.

de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

- Dynamiser ses supports de présentation et les diffuser sur le Web.
- Optimiser le travail en équipe avec des solutions digitales collaboratives.

Travaux pratiques

Pratique de nombreux outils digitaux : Wordpress, Prezi, Slideshare, Yammer...