



TESMA PARTNERS

VOTRE PARTENAIRE DE CROISSANCE

FORMATION - RECRUTEMENT - CONSEIL - ACCOMPAGNEMENT

CATALOGUE DE FORMATION

Téléphone: 33 843 96 06 - 77 166 96 96

www.tesmapartners.com - contact@tesmapartners.com

NOS SOLUTIONS

FORMATION



3 OFFRES ADAPTÉES À VOTRE BESOIN



Intra entreprise - formations proposées au catalogue

Des programmes de formation catalogue mis en oeuvre et organisés dans vos locaux ou à proximité



Formation sur- mesure

Design de formation et parcours de formation pour proposer **la bonne modalité au bon endroit et ainsi répondre à votre objectif**

- Présentiel
- Blended Learning (présentiel et à distance)
- 100% digital



Grands projets

Pour vos projets de formation **d'envergure**, nous mettons en place un dispositif d'exception et nous mobilisons une équipe de consultants dédiés, réactifs et multi-expertises



NOS SOLUTIONS

FORMATION



4

ÉTAPES CLÉS DE VOTRE PROJET SUR-MESURE

Ingénierie pédagogique

Adapter - Concevoir

- Développement du contenu de formation et des moyens pédagogiques
- Validation des séquences et innovation game
- Validation interactive des livrables

Évaluation et recommandations

Synthèse et bilan

Bilan avec l'ensemble de l'équipe projet : synthèse et préconisations

1

Cadrage et immersion

Identifier et valider

- Échanges d'information Acculturation et compréhension des besoins
- Appropriation de l'environnement et du contexte
- Recueil des spécificités métiers Immersion et interview

2

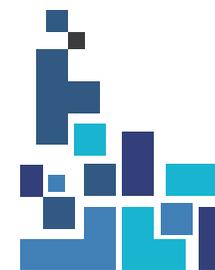
Déploiement du dispositif

Réaliser - Déployer

- Déploiement d'un pilote et ajustement si nécessaire
- Déploiement de l'ensemble du dispositif

3

4



COMMUNICATION, DIGITAL, MARKETING, VENTE, RELATION CLIENT : COMMUNICATION INTERNE – Maîtriser les leviers d'une communication efficace avec les acteurs de l'entreprise

LES OBJECTIFS	PROGRAMME	
<ul style="list-style-type: none"> • Concevoir une stratégie et un plan de communication interne optimal • Décrypter les enjeux des plateformes collaboratives • Piloter votre activité au quotidien et mesurer la performance de vos supports de communication interne 	<p>➤ INTRODUCTION</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les tendances de la communication interne • Attentes et missions • Facteurs de succès <p>➤ DÉFINIR SA STRATÉGIE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Élaborer un plan de communication interne efficace - Hiérarchiser les objectifs et les croiser avec les contraintes de l'entreprise - Définir ses objectifs et une stratégie spécifique à chaque population de l'entreprise - Construire sa stratégie de communication interne : méthodologie - Élaborer un plan de communication interne et la stratégie média - Les pièges à éviter <p>Cas pratique : de la définition des objectifs au plan d'actions</p> <p>➤ GOUVERNER – PILOTER – ANIMER – MESURER</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les missions du Responsable de la communication interne aujourd'hui - Le positionnement du Responsable de la communication interne - Organiser et animer un réseau de correspondants • Piloter son activité via des tableaux de bord flexibles et opérationnels - Définir la finalité de ses tableaux de bord - Choisir les indicateurs pertinents - Mettre en place un système de recueil de l'information • Recueillir des informations du terrain - Pourquoi donner la parole aux collaborateurs 	<ul style="list-style-type: none"> - Faire remonter des informations du terrain : outils - Mener une enquête d'opinion interne : les étapes clés <p>➤ Mesurer l'efficacité de sa stratégie et de ses actions de communication interne</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mettre en œuvre une évaluation quantitative et qualitative • Mesurer le ROI de vos actions • Améliorer ses outils <p>Training : cas pratiques sur la mise en œuvre de la gouvernance globale de la communication interne</p> <p>➤ LES NOUVEAUX FORMATS DE LA COMMUNICATION INTERNE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les dispositifs et les nouveaux formats - Les éléments d'analyse d'une complémentarité digital/print/event - Arbitrer entre les différents médias - Adapter les modes de traitement de l'information aux différents supports <p>Cas pratique : adapter les formats aux Publics</p> <p>➤ LES RÉSEAUX SOCIAUX D'ENTREPRISE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les réseaux sociaux en entreprise : effet de mode ou véritable révolution ? - Les véritables attentes des salariés et des managers par rapport aux RSE - La méthodologie de mise en œuvre <p>Étude de cas : analyse de réseaux sociaux d'entreprise et méthodologie</p> <p>LA COMMUNICATION INTERNE DANS UN MONDE DISTANCIÉ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comment animer les collaborateurs en télétravail ? - Doit-on repenser les circuits de l'information interne ? <p>Étude de cas : exemples d'entreprises qui ont challengé leur interne</p>
<p>PUBLIC</p> <ul style="list-style-type: none"> • Directeur(trice) / Responsable de la communication interne • Assistant(e) communication • Directeur(trice) / Responsable des Ressources Humaines 		
<p>LES PLUS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Une méthode pédagogique ludique et structurée pour une approche active de la créativité au sein de son équipe • Intégration de la démarche "design thinking" • L'application systématique des outils pour acquérir les réflexes de la créativité • La possibilité de travailler directement sur ses propres cas et de mettre en œuvre ses propres ateliers créatifs • support et ressources pédagogiques, documents administratifs, questionnaire de satisfaction à chaud et à froid , évaluation des acquis de la formation et réponses à vos questions post-formation 		
<p>MOYENS PÉDAGOGIQUES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Questionnaire adressé aux participants 7 jours avant la formation pour connaître leurs attentes • Méthodes pédagogiques : apports théoriques et pratiques (cas concrets, exemples d'application) • Mise à disposition d'un support pédagogique ; • Consultants sélectionnés pour leurs compétences pédagogiques, expertise métier et expériences professionnelles 	<p>SUIVI & ÉVALUATION</p> <ul style="list-style-type: none"> • Feuille d'émargement et attestation de fin de formation • Évaluation à chaud et à froid 	<p>INFOS PRATIQUES</p> <p>Durée : 2 jours Tarif : 230.000 FCFA HT, Remise de 15% à partir de 3 inscrits. Lieu : Nous consulter Date: Nous consulter</p>

Informations personnelles :

Nom complet : _____

Adresse : _____

Ville : _____

Numéro de téléphone : _____

Email : _____

Entreprise : _____

Fonction : _____

Informations sur la formation :

Formation demandée : _____

Date de début : _____

Durée : _____

Lieu : _____

Expérience préalable :

Avez-vous de l'expérience dans ce domaine ? (Oui/Non) : _____

Si oui, veuillez fournir des détails : _____

Paiement :

Coût de la formation : _____

Mode de paiement (cochez la case appropriée) :

Virement bancaire

Chèque

Conditions générales :

En signant ce bulletin d'inscription, je certifie que toutes les informations fournies sont exactes. J'accepte également les conditions générales de vente de cette formation.

Signature : _____

Date : _____

Inscription de groupe

Informations personnelles du responsable :

Nom complet : _____

Adresse : _____

Ville : _____

Numéro de téléphone : _____

Email : _____

Entreprise : _____

Fonction : _____

Inscrits 1 :

Nom complet : _____

Numéro de téléphone : _____

Email : _____

Fonction : _____

Inscrits 2 :

Nom complet : _____

Numéro de téléphone : _____

Email : _____

Fonction : _____

Inscrits 3 :

Nom complet : _____

Numéro de téléphone : _____

Email : _____

Fonction : _____

Informations sur la formation :

Formation demandée : _____

Date de début : _____

Durée : _____

Lieu : _____

Paiement :

Coût de la formation : _____

Mode de paiement (cochez la case appropriée) :

Virement bancaire

Chèque

Conditions générales :

En signant ce bulletin d'inscription, je certifie que toutes les informations fournies sont exactes. J'accepte également les conditions générales de vente de cette formation.

Signature : _____

Date : _____