

375

Conseil & Accompagnement
en Réflexion et Exécution Stratégique

CATALOGUE
FORMATIONS
2018/2019



INTRODUCTION

Après 8 ans d'existence et plus de 80 projets majeurs réalisés chez nos clients majeurs nous avons souhaité répondre à leur demande en mettant en place des formations sur-mesure autour des domaines d'expertises du cabinet.

En effet notre parti-pris d'accompagner nos clients dans l'exécution de leurs stratégies nécessite une forte intimité dans certains domaines d'expertises. Partager les rôles et les responsabilités signifie souvent partager aussi les savoir-faire et les savoir-être.

Ainsi certains des consultants du cabinet ayant une longue expérience dans la formation, nous avons souhaité construire ce programme afin de partager les savoir-faire et de rendre encore plus efficaces les missions d'accompagnement pour lesquelles nos clients nous sollicitent.

Une approche personnalisée pour chaque client

Organisme de formation, nous ne proposons pas un catalogue fermé mais des grands thèmes avec des contenus systématiquement adaptés à vos enjeux et à vos objectifs.

Chaque formation fait l'objet d'une validation des connaissances puis d'une évaluation à chaud et à froid dans une esprit de recherche continu de la performance.

Nos formations peuvent être associées à de l'accompagnement de plan d'actions en option et à la demande.

Des formats sur-mesure

Nous confirmons la souplesse de notre approche avec des formats modulables et des outils technologiques qui nous permettent de proposer :

- Des diagnostics basés sur une analyse terrain
- Des formations-action présentielle alliant transfert de compétences et études de cas
- Des modules en e-learning pour mieux s'adapter à vos contraintes de planning
- De l'animation ou de la co-animation sous format webinar pour déployer des actions d'information ou de formation au travers toute votre organisation

Sur la practice Excellence Opérationnelle nous proposons des **formations certifiantes** en Yellow, Green et Black Belt.

Des prix adaptés à vos budgets

Les tarifs sont communiqués sur demande afin de répondre au mieux à votre budget.

LES GRANDS THEMES DES MODULES DE FORMATIONS

Assistance à la Réflexion et Exécution Stratégique 6

- Comment construire et écrire son plan marketing stratégique ?7

Culture et Relation Client 8

- Optimisation des parcours clients en multi-canal.....9
- Comment déployer le NPS@ ou le CES@ dans son organisation ?10
- La place de la relation client dans le plan marketing 11
- Améliorer l'efficacité de ses conseillers support client..... 12
- Définir et mettre en place sa stratégie sur les réseaux sociaux.....13

Excellence Opérationnelle 14

- Formation au Lean Management Yellow Belt 15
- Formation au Lean Management Green Belt.....16
- Formation à l'agilité et la méthode Scrum17
- Optimisation des outils de pilotage (excel avancé) 18

Ressources Humaines 19

- Développer la cohésion d'équipe et optimiser la performance collective avec le MBTI.....20
- Aborder la gestion des conflits avec les techniques de médiation et de CNV (Communication Non Violente) 21
- Techniques d'entretiens professionnels et GPEC..... 22
- Construire sa GPEC sur la cartographie des compétences de ses équipes 23
- Management et leadership 24

Assistance à la Réflexion et Exécution Stratégique

Comment construire et écrire son plan marketing stratégique ?

OBJECTIFS

Cette formation a pour but de donner les clefs de la conception d'un plan marketing stratégique dans toutes ses dimensions.

- Élaborer et piloter un plan de marketing stratégique (objectifs, budget, outils, planning)
- Identifier les axes de développements pour son entreprise (boîte à outils, grille d'évaluation)
- Construire sa stratégie de croissance dans les dimensions humaines, financières, produits et communication et environnementaux.

PROGRAMME

- Qu'est-ce qu'une stratégie marketing ?
Les grands principes ?
- Pourquoi et comment l'élaborer ?
- Les valeurs de l'entreprise et sa vision
- Le swot de l'entreprise
- Focus sur la compétition : positionnement et différenciateurs de nos concurrents, rôle des études de marché
- Les perspectives d'innovation, de développement produit ou services ou de nouveaux business modèles
- Les autres pistes de croissance (géographique, océan bleu...) et évaluation de l'effort
- De la stratégie marketing au plan d'actions

PRE REQUIS

- Avoir déjà exercé des fonctions de management

ÉVALUATIONS et VALIDATIONS

- Évaluations en continu.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Salle de formation : avec ordinateurs
- Salle de formation équipée d'un vidéo projecteur et d'un paper board
- Un PC par stagiaire
- Connexion internet et environnement de développement disponible

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Exposés, diaporamas.
- Études de cas sur la base d'un système qualité pédagogique.
- Échanges questions/réponses.
- Documents pédagogiques remis aux stagiaires.
- Questionnaires d'évaluation.



Dirigeants
Responsables
d'activités



8
max



Entreprise



28h
=
4jours



Attestation
de formation



La formation est effectuée par des consultants seniors experts du domaine de formation expérimentés dans la stratégie marketing qui allient savoir-faire pédagogique et compétences en accompagnement des entreprises et des organisations. Afin de déterminer si le stagiaire a acquis les connaissances dont la maîtrise constitue l'objectif initial de la formation, il sera soumis à une évaluation en continu au travers d'études de cas et de mini-questionnaire de mise en application des concepts.

Culture et Relation Client

Optimisation des parcours clients en multi-canal

OBJECTIFS

A partir de l'analyse du marketing mix de son portefeuille de produits et services et de la segmentation de ses clients, savoir identifier les principaux parcours clients physiques et digitaux et les cartographier.

- Savoir identifier les moments clefs d'interaction avec le client par parcours
- Savoir identifier et mettre en place les indicateurs nécessaires pour analyser la performance de ces parcours client en vue de l'élaboration d'un programme d'amélioration continu
- Analyser son portefeuille de produits et services et segmenter sa base client
- Cartographier les différents parcours clients de la prospection à la facturation
- Réaliser le mapping de ces parcours par media et en multi-interactions
- Maîtriser les process associés à ces parcours client en mettant en place les outils de mesure de sa performance

PROGRAMME

- Qu'est-ce qu'un parcours client ? Les grandes familles de parcours,
- Cartographie de la base client croisée avec la base produits et service,
- Quels sont les principaux parcours client de l'entreprise ?
- Cartographie de chaque parcours décliné par media (physique ou digital),
- Par parcours, identification des moments clefs et validation de la pertinence des interactions clients existantes.
- Proposition d'indicateurs adaptés et mesure des délais (graphe temps/valeur),
- Les pistes d'analyse en vue de l'élaboration d'un programme d'amélioration continue.

PRE REQUIS

- Avoir une bonne connaissance des process métier de l'entreprise dans son périmètre d'activité.

ÉVALUATIONS et VALIDATIONS

- Évaluations en continu.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Salle de formation : avec ordinateurs
- Salle de formation équipée d'un vidéo projecteur et d'un paper board
- Un PC par stagiaire
- Connexion internet et environnement de développement disponible

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Exposés, diaporamas.
- Études de cas sur la base d'un système qualité pédagogique.
- Échanges questions/réponses.
- Documents pédagogiques remis aux stagiaires.
- Questionnaires d'évaluation.



Dirigeants
Responsables
d'activités



8
max



Entreprise



21h
=
3jours



Attestation
de formation



La formation est effectuée par des consultants seniors experts du domaine de formation expérimentés dans la stratégie marketing qui allient savoir-faire pédagogique et compétences en accompagnement des entreprises et des organisations. Afin de déterminer si le stagiaire a acquis les connaissances dont la maîtrise constitue l'objectif initial de la formation, il sera soumis à une évaluation en continu au travers d'études de cas et de mini-questionnaire de mise en application des concepts.

Comment déployer le NPS@ ou le CES@ dans son organisation ?

OBJECTIFS

Cette formation a pour but de comprendre les objectifs des principaux indicateurs de mesure de la satisfaction client et d'acquérir la méthode pour les déployer et les faire vivre.

- Identifier et traiter les attentes client.
- Connaître les leviers de la satisfaction client.
- Identifier les leviers de la fidélisation.
- Définir un plan d'amélioration de la satisfaction client et de la culture client.

PROGRAMME

- Qu'est-ce qu'un client ?
- Quelles sont les composantes de la satisfaction client ? Etude de cas,
- La dimension émotionnelle dans l'acte d'achat et la place de la marque,
- Etude cas de marques en BtC et BtB,
- Les leviers de la fidélisation client,
- Quel dispositif mettre en place pour fidéliser ses clients ? Etude de cas,
- Mesure de la satisfaction client et principaux indicateurs associés (satisfaction globale, NPS, CES...),
- Qu'est-ce qu'une entreprise «customer centric» ?
- La place de la «voix du client» dans le système qualité de l'entreprise,
- Identifier les actions qui créent de la valeur vis-à-vis du client ?
- Etude de cas sur son domaine d'activité,
- Etude de cas sur l'entreprise.

PRE REQUIS

- Avoir une bonne connaissance des process métier de l'entreprise dans son périmètre d'activité.

ÉVALUATIONS et VALIDATIONS

- Évaluations en continu.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Salle de formation : avec ordinateurs
- Salle de formation équipée d'un vidéo projecteur et d'un paper board
- Un PC par stagiaire
- Connexion internet et environnement de développement disponible

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Exposés, diaporamas.
- Études de cas sur la base d'un système qualité pédagogique.
- Échanges questions/réponses.
- Documents pédagogiques remis aux stagiaires.
- Questionnaires d'évaluation.



Dirigeants
Responsables,
Collaborateurs



10
max



Entreprise



14h
=
2 jours



Attestation
de formation



La formation est effectuée par des consultants seniors experts du domaine de formation expérimentés dans la stratégie marketing qui allient savoir-faire pédagogique et compétences en accompagnement des entreprises et des organisations. Afin de déterminer si le stagiaire a acquis les connaissances dont la maîtrise constitue l'objectif initial de la formation, il sera soumis à une évaluation en continu au travers d'études de cas et de mini-questionnaire de mise en application des concepts.

La place de la relation client dans le plan marketing

OBJECTIFS

Cette formation a pour but de savoir construire la brique relation client de son plan marketing.

- élaborer et piloter un plan de marketing relationnel (objectifs, budget, outils, planning)
- identifier les bons outils et les canaux de communication les plus efficaces pour répondre aux objectifs de l'entreprise
- collecter et analyser les attentes client grâce à des indicateurs pertinents
- Développer la fidélisation de sa base client

PROGRAMME

- Qu'est-ce qu'un plan de marketing relationnel ?
- Présentation des outils majeurs du marketing relationnel : email, courrier, SMS, réseaux sociaux, applications, chatbot, centres de contact...
- Positionnement et étude de pertinence par rapport aux objectifs d'une campagne et dans le contexte de l'entreprise,
- La mesure de la satisfaction client et les principaux indicateurs associés (satisfaction globale, NPS, CES...),
- La place de la «voix du client» dans le système qualité de l'entreprise : quels sont les moments clés ? Quelle est la bonne périodicité ?
- Action : élaboration d'une enquête de satisfaction post contact support,
- Quel dispositif mettre en place pour fidéliser ses clients ? Etude de cas.

PRE REQUIS

- Avoir déjà exercé des fonctions de management.

ÉVALUATIONS et VALIDATIONS

- Évaluations en continu.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Salle de formation : avec ordinateurs
- Salle de formation équipée d'un vidéo projecteur et d'un paper board
- Un PC par stagiaire
- Connexion internet et environnement de développement disponible

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Exposés, diaporamas.
- Études de cas sur la base d'un système qualité pédagogique.
- Échanges questions/réponses.
- Documents pédagogiques remis aux stagiaires.
- Questionnaires d'évaluation.



Dirigeants
Responsables
d'activités



8
max



Entreprise



14h
=
2 jours



Attestation
de formation



La formation est effectuée par des consultants seniors experts du domaine de formation expérimentés dans la stratégie marketing qui allient savoir-faire pédagogique et compétences en accompagnement des entreprises et des organisations. Afin de déterminer si le stagiaire a acquis les connaissances dont la maîtrise constitue l'objectif initial de la formation, il sera soumis à une évaluation en continu au travers d'études de cAas et de mini-questionnaire de mise en application des concepts.

Améliorer l'efficacité de ses conseillers support client

OBJECTIFS

- Acquérir les bonnes pratiques d'un hot liner dédié au support technique en respectant l'objectif de satisfaction du client et d'efficacité dans la résolution des problèmes.
- Mieux comprendre les attentes des clients en améliorant l'étape diagnostic
- Mettre en pratique au travers de cas concrets les techniques de prise en charge de la demande, diagnostic, reformulation et gestion des conflits potentiels
- Etre en mesure d'adapter sa posture en fonction du media et du niveau de compétence du client
- Donner des outils au hotliner pour mieux appréhender les différents cas de figure qui vont se présenter dans le cadre de sa mission
- Lui permettre de s'appuyer sur une méthodologie de l'analyse de la demande à la conclusion de l'échange avec un client
- Partager avec les autres stagiaires les solutions à mettre en oeuvre dans les situations difficiles (ex : réclamation, gestion d'un conflit...) et identifier les process à mettre en place
- Le rendre autonome dans son poste

PROGRAMME

- Définir la qualité du service client attendue
- Bien communiquer : établir un langage commun, débit, élocution, cadre de référence etc. - mise en situation
- Maîtriser les contacts téléphoniques : diagnostiquer, reformuler, apporter une solution - étude de cas - Différences avec les emails ou le traitement des tickets.
- Déroulement d'un appel : de la prise en charge à la résolution de l'incident, fil d'entretien, les étapes clefs. Etude de cas.
- Les spécificités liées à la gestion des appels techniques - travail collectif
- Savoir gérer son stress : partage d'expérience et exercice pratique Conseil et Accompagnement en Réflexion & Exécution Stratégique
- Gérer des appels difficiles : définition - savoir dire non et maintenir la relation - mise en situation
- Savoir prendre congé et valider la satisfaction du client - exercice pratique

PRE REQUIS

- Connaissance du fonctionnement d'un centre d'appels
- Connaissance de base du métier de conseiller téléphonique
- Culture client
- Modalités de vérification des prérequis : Audit sur site et entretien individuel

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Salle de formation équipée d'un vidéoprojecteur et d'un paper board

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Exposés, diaporamas.
- Études de cas sur la base d'un système qualité pédagogique.
- Échanges questions/réponses.
- Documents pédagogiques remis aux stagiaires.
- Questionnaires d'évaluation.



Collaborateurs
téléconseillers



5 min
8 max



Entreprise



18h
=
2,5 jours



Attestation
de formation



La formation est effectuée par des consultants seniors experts du domaine de formation expérimentés dans la stratégie marketing qui allient savoir-faire pédagogique et compétences en accompagnement des entreprises et des organisations. Afin de déterminer si le stagiaire a acquis les connaissances dont la maîtrise constitue l'objectif initial de la formation, il sera soumis à une évaluation en continu au travers d'études de cas et de mini-questionnaire de mise en application des concepts.

Définir et mettre en place sa stratégie sur les Réseaux Sociaux

OBJECTIFS

Cette formation porte sur la stratégie digitale et plus particulièrement sur l'implémentation des Réseaux Sociaux en entreprise. Nous allons voir comment définir et mettre en place sa stratégie sur les Réseaux Sociaux en utilisant les bons outils.

- Comprendre les intérêts de chaque réseau en fonction de ses objectifs, ses clients, ses produits et les valeurs de son entreprise,
- Savoir choisir les bons canaux et la bonne périodicité en fonction de ses objectifs
- Savoir animer sa stratégie sur les réseaux sociaux
- Savoir mesurer l'efficacité de ses campagnes

PROGRAMME

- Définir la stratégie digitale de son entreprise en choisissant les Réseaux Sociaux qui répondent aux objectifs de son entreprise
- Quel objectif par réseau social et quelle ligne éditoriale ?
- Quels moyens à mettre en place ?
- Quelles sont les bonnes pratiques ?
- La place des contenus dans une stratégie de communication digitale
- L'impact de la vidéo
- Comment mesurer l'efficacité des campagnes déployées ?
- Appliquer la stratégie digitale définie en la déployant opérationnellement : création des pages, du calendrier et choix des contenus.
- Evaluer sa stratégie en sélectionnant 3 KPIs majeurs à suivre

PRE REQUIS

- Avoir une culture marketing

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Salle de formation : avec ordinateurs
- Salle de formation équipée d'un vidéo projecteur et d'un paper board
- Un PC par stagiaire
- Connexion internet et environnement de développement disponible

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Exposés, diaporamas.
- Études de cas sur la base d'un système qualité pédagogique.
- Échanges questions/réponses.
- Documents pédagogiques remis aux stagiaires.
- Questionnaires d'évaluation.



Dirigeants
Responsables
marketing,
directeur de la
communication ou
stratégie digitale,
dirigeant de TPE



5 min
8 max



Entreprise



14h
=
2 jours



Attestation
de formation



La formation est effectuée par des consultants seniors experts du domaine de formation expérimentés dans la stratégie marketing qui allient savoir-faire pédagogique et compétences en accompagnement des entreprises et des organisations. Afin de déterminer si le stagiaire a acquis les connaissances dont la maîtrise constitue l'objectif initial de la formation, il sera soumis à une évaluation en continu au travers d'études de cas et de mini-questionnaire de mise en application des concepts.

Excellence Opérationnelle

Yellow Belt Lean 6 Sigma

OBJECTIFS

Cette formation a pour but de permettre aux stagiaires d'aider à conduire un projet d'amélioration au sein de son entreprise avec des résultats visibles en termes économiques, de satisfaction client pour les activités industrielles ou de services.

- Acquérir les fondements de l'approche Lean 6 Sigma
- Identifier un projet d'amélioration ou un problème complexe à résoudre
- Comprendre les différentes étapes d'une percée (Cycle DMAIC)
- Connaître et appliquer les outils du Lean et du 6 Sigma à travers une percée
- Evoluer vers le Lean Management

PROGRAMME

- Acquérir les fondements de l'approche Lean 6 Sigma
- Identifier un projet d'amélioration ou un problème complexe à résoudre
- Comprendre les différentes étapes d'une percée (Cycle DMAIC)
- Connaître et appliquer les outils du Lean et du Six Sigma à travers une percée
- Evoluer vers le Lean Management

CERTIFICATION

Cas particulier de la demande de certification en Yellow Belt

Pré requis :

- > Avoir reçu la formation correspondante
- > Avoir validé une épreuve théorique (QCM)
- > Avoir mené un projet en tant que pilote Lean 6sigma
- > Obtenir une attestation de gains de la Direction Financière
- > Soutenir son projet devant un examinateur ou jury

PRE REQUIS

- Avoir suivi un cursus Yellow Belt et idéalement avoir un projet d'amélioration en cours

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Salle de formation : avec ordinateurs
- Salle de formation équipée d'un vidéo projecteur et d'un paper board
- Un PC par stagiaire
- Connexion internet et environnement de développement disponible

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Formation idéalement couplée à un projet d'amélioration réel et étalée sur 2 mois
- Assistance (téléphone/mail) pendant 3 mois
- Un support de cours pratique (570 pages) au format PDF
- Un support de cours sur clé USB
- 70 exercices pratiques pour assimiler la méthode et les outils
- Un aide-mémoire de poche (Memory jogger)
- Un jeu de cartes planning poker (évaluation des solutions)
- Conformité stricte avec la norme NF X06-091



Collaborateurs



3 min
8 max



Entreprise



21h
=
3 jours



Attestation
de formation



Alliant théorie et exemples pratiques, ce stage est réalisé par Frédéric Jugé spécialiste de l'excellence opérationnelle, Black belt Lean six Sigma, vice-président de l'Université Lean Six Sigma, formateur et consultant pour le cabinet 375 qui saura concrètement transmettre son expérience de professionnel.

Green Belt Lean 6 Sigma

OBJECTIFS

Cette Formation pour but de former les participants à la méthode Lean management d'amélioration de la qualité et de maîtriser les outils de mesure du 6 Sigma.

- Acquérir les fondements de l'approche Lean 6 Sigma
- Identifier un projet d'amélioration ou un problème complexe à résoudre
- Comprendre les différentes étapes d'une percée (Cycle DMAIC) et savoir les mettre en oeuvre
- Connaître et appliquer les outils du Lean et du 6 Sigma à travers une percée
- Etre capable d'animer une équipe projet Lean 6 Sigma

PROGRAMME

- Acquérir les fondements de l'approche Lean 6 Sigma
- Identifier un projet d'amélioration ou un problème complexe à résoudre
- Comprendre les différentes étapes d'une percée (Cycle DMAIC)
- Connaître et appliquer les outils du Lean et du Six Sigma à travers une percée
- Evoluer vers le Lean Management

CERTIFICATION

Cas particulier de la demande de certification Green Belt

Pré requis :

- > Avoir reçu la formation correspondante
- > Avoir validé une épreuve théorique (QCM)
- > Avoir mené un projet en tant que pilote Lean 6sigma
- > Obtenir une attestation de gains de la Direction Financière
- > Soutenir son projet devant un examinateur ou jury

PRE REQUIS

- Avoir suivi un cursus Yellow Belt et idéalement avoir un projet d'amélioration en cours

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Salle de formation : avec ordinateurs
- Salle de formation équipée d'un vidéo projecteur et d'un paper board
- Un PC par stagiaire
- Connexion internet et environnement de développement disponible

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Formation idéalement couplée à un projet d'amélioration réel et étalée sur 2 mois
- Assistance (téléphone/mail) pendant 3 mois
- Un support de cours pratique (570 pages) au format PDF
- Clef USB avec le support et les exercices
- 70 exercices pratiques pour assimiler la méthode et les outils
- Un aide-mémoire de poche (Memory jogger)
- Un jeu de cartes planning poker (évaluation des solutions)
- Conformité stricte avec la norme NF X06-091



Collaborateurs



5 min
8 max



Entreprise



56h
=
8 jours



Attestation
de formation



La formation est réalisée par un spécialiste de l'excellence opérationnelle, Black belt Lean six Sigma, vice-président de l'Université Lean Six Sigma, formateur et consultant pour le cabinet 37,5 qui saura concrètement transmettre son expérience de professionnel.

Agilité et Méthode Scrum

OBJECTIFS

- D'acquérir les fondements de l'approche Agile (origines, domaines d'applications)
- De comprendre la méthode Scrum, appliquée au développement logiciel, et plus particulièrement, le rôle du «Product Owner» au sein de l'équipe.
- De mettre en pratique, en tant que Product Owner, les différentes étapes et livrables de la méthode Scrum sur un projet concret de développement logiciel
- D'être en mesure d'adapter Scrum au contexte de l'entreprise.

PROGRAMME

• Principes du Lean Management

- La philosophie Lean : La «maison de la qualité»
- Les principes et «démons» du Lean (3M)
- La notion de Valeur (VA) et de non-valeur (NVA)
- Le Lean dans les services et dans les technologies de l'information (IT)

• Agilité et Lean

• La méthode Scrum

- Le fonctionnement de Scrum
- Les acteurs et leurs rôles respectifs
- Pigs and chickens
- Les fonctionnalités majeures (features) et les user stories
- Le backlog produit Conseil et
- Qu'est ce qu'une release ? Qu'est-ce qu'un sprint ? Durée.
- Les résultats d'un sprint, d'une release. Notion de «fini»

• Le Responsable de produit (Product Owner)

- Les responsabilités du PO (Product Owner), ses compétences
- Choix des fonctionnalités majeures (features)
- Priorité d'une User Story et Valeur d'une

User Story

- Construction du backlog produit.
- Composition d'une user story : Effort et Valeur
- Comment bien rédiger une user story
- Priorité et Valeur d'une user story

• Le déroulement d'un projet Scrum

- Planifier une release et un sprint
- Position et rôle du PO au cours des plannings.
- Estimation ne vaut pas engagement
- Mêlée (scrum) quotidienne
- «Temps passé» vs «reste à faire»
- La revue de sprint
- La rétrospective
- Rôle du PO pendant les ateliers
- Comment mener des ateliers agiles à distance ?
- Importance des tests

• Les indicateurs

- L'avancement du sprint : le burndown chart
- La notion de fini : user story, sprint et release
- Adapter Scrum ? Comment et pourquoi ?
- La «vélocité» de l'équipe et l'amélioration continue

PRE REQUIS

- Avoir l'obtention du BAC
- Connaissance du cycle de vie d'un développement logiciel
- Connaissances des principes de gestion de projet
- Procédure de vérification des prérequis : Appartenance aux équipes Projets ou DSI

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Salle de formation : avec ordinateurs
- Salle de formation équipée d'un vidéo

- projecteur et d'un paper board
- Logiciel Minitab (version d'essai)
- Connexion internet et environnement de développement disponible

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Exposés, diaporamas.
- Études de cas sur la base d'un système qualité pédagogique.
- Echanges questions/réponses.
- Documents pédagogiques remis aux stagiaires.
- Questionnaires d'évaluation.



Dirigeants,
responsables RH,
managers de
business unit



3 min
12 max



Entreprise



7h
=
1 jour



Attestation
de formation



La formation est réalisée par un spécialiste de l'excellence opérationnelle, Black belt Lean six Sigma, vice-président de l'Université Lean Six Sigma, formateur et consultant pour le cabinet 37,5 qui saura concrètement transmettre son expérience de professionnel

Optimisation des Outils de Pilotage (Excel avancé)

OBJECTIFS

Cette formation a pour objectifs de maîtriser l'outil excel dans son environnement professionnel

Permettre au stagiaire :

- De connaître les bonnes pratiques pour gagner du temps dans l'utilisation d'Excel.
 - D'être capable d'appliquer les fonctionnalités relatives à un secteur particulier (finance, statistiques etc.)
 - De réduire la taille et la complexité des fichiers par l'utilisation de méthodes avancées
- D'améliorer l'ergonomie, la fiabilité et l'efficacité de ses fichiers via l'utilisation de macros VBA

PROGRAMME

- L'ergonomie, les bonnes pratiques et les fonctions indispensables
- Les fonctions avancées d'Excel adaptées aux besoins du client
- Les fonctions finances
- Les fonctions de recherche dans un tableau
- Les fonctions texte, date et heure
- Les tableaux croisés dynamiques
- Les fonctions statistiques
- Optimisation et automatisation des fichiers de calcul via les macros VBA.
- Introduction aux bases de VBA (1J)
- Fonctionnalités VBA avancées. (1J)

PRE REQUIS

- Avoir une bonne connaissance des process métier de l'entreprise dans son périmètre d'activité.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Salle de formation : avec ordinateurs
- Salle de formation équipée d'un vidéo projecteur et d'un paper board
- Connexion internet et environnement de développement disponible

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Exposés, diaporamas.
- Études de cas sur la base d'un système qualité pédagogique.
- Echanges questions/réponses.
- Documents pédagogiques remis aux stagiaires.
- Questionnaires d'évaluation.



Dirigeants,
responsables,
managers



1 min
4 max



Entreprise



28h
=
4 jours



Attestation
de formation



La formation est effectuée par des consultants seniors experts en finance et excel du domaine de formation qui allient savoir-faire pédagogique et compétences en accompagnement des entreprises et des organisations.

Ressources Humaines

Développer la cohésion d'équipe et optimiser la performance collective avec le MBTI

OBJECTIFS

Cette formation a pour but de faire partager la méthode du MBTI, avec un autodiagnostic (indicateur typologique) et la découverte des différentes dimensions qui décrivent nos modes de fonctionnement (attitude par rapport au monde extérieur, modalités de recueil d'informations, prise de décision et style de vie)

- Établir le diagnostic du groupe ou de l'équipe d'après la méthode MBTI
- Développer la cohésion d'équipe, améliorer le fonctionnement collectif et l'efficacité du travail
- Prévenir et résoudre les conflits ou les tensions relationnelles
- Apprécier et comprendre les différences de chacun dans un groupe

PROGRAMME

- Définition du MBTI et des types psychologiques
- Les travaux de Jung, les travaux de Myers et Briggs, application aux individus et aux entreprises
- Administration du questionnaire d'autodiagnostic
- Type apparent et type reconnu : étude des quatre dimensions du MBTI.
- Table des types et positionnement des participants sur la table
- Le type psychologique du groupe ou de l'équipe
- Travaux en sous-groupe sur la notion de préférence
- Lien entre le MBTI et leadership, les modalités d'apprentissage, la résolution de problème et les modes de communication.
- Améliorer le fonctionnement collectif en utilisant les complémentarités de types, cas pratiques d'organisation d'un voyage d'équipe, de l'intégration d'un nouvel arrivant, d'une résolution de conflit.
- Troisième journée optionnelle de retour d'expérience et de compléments sur la dynamique des fonctions et le développement de la personnalité (théorie dynamique).

PRE REQUIS

- Avoir déjà exercé des fonctions de management.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Salle de formation : avec ordinateurs
- Salle de formation équipée d'un vidéo projecteur et d'un paper board
- Un PC par stagiaire ou en option administration du questionnaire en amont de la formation
- Connexion internet et environnement de développement disponible

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Exposés, diaporamas.
- Études de cas sur la base d'un système qualité pédagogique.
- Echanges questions/réponses.
- Documents pédagogiques remis aux stagiaires.
- Questionnaires d'évaluation.



Dirigeants,
responsables,
managers



8 min
10 max



Entreprise



21h
=
2 jours + 1 jour



Attestation
de formation



Alliant théorie et exemples très pratiques, ce stage est réalisé par des experts et des formateurs expérimentés et certifiés.

Aborder la gestion des conflits avec les techniques de médiation et de CNV (Communication Non Violente)

OBJECTIFS

La formation va permettre d'aborder le conflit sous un angle original au travers de la diversité des approches utilisées : CNV, sociologie des organisations, psychologie, anthropologie... Ce travail sera complété par un partage de représentations autour du conflit en fonction des postures et préférences individuelles.

Le stagiaire apprend à :

- Repérer les facteurs de conflit au niveau relationnel et comportemental
- Anticiper et désamorcer les sources de conflits
- Analyser un conflit : signes, causes, conséquences, issues possibles
- Suivre et évaluer les étapes de résolution d'un conflit
- Aborder les techniques de communication non violente en dépassant l'objet du conflit pour exprimer une demande

PROGRAMME

- Qu'appelle-t-on conflit ?
- Différencier le conflit du problème, de l'incompréhension et du désaccord. L'importance du non-dit générateur de conflit.
- Identifier et analyser un conflit
- Typologie des comportements types du conflit : Passifs, agressifs, manipulateurs, dissimulateurs : non-dits personnels, rétention d'informations, constitution de clans, travail de sape, agressions verbales, manipulation, harcèlement, luttes de pouvoir...
- Déterminer les causes possibles : techniques, psychologiques, sociologiques, sociales, économiques, culturelles, symboliques, institutionnelles, informationnelles...
- Les issues possibles à un conflit : l'explication, le compromis, la procédure acceptée, la séparation, la perpétuation, le transfert, l'extermination ou l'autodestruction...
- Le relationnel en situation de conflit
- La philosophie du conflit : une relation gagnant/gagnant
- Entretenir des rapports de confiance plutôt que de domination et de calcul
- Les modèles du «raison/tort», «coupable/innocent», «gagnant/perdant», «persécuteur/victime»
- Adopter une attitude de communication non-violente
- Transformer une situation tendue ou conflictuelle en apprentissage
- Recourir à un arbitre ou à un médiateur
- S'affirmer lors d'un conflit en vue de sa résolution
- Être à l'aise dans un face à face
- Savoir formuler des demandes, exprimer ses sentiments, identifier ses besoins relationnels par la méthode de la Communication Non Violente (CNV).
- Prendre en compte et canaliser ses réactions, ses émotions dans un rapport conflictuel
- Connaître et analyser son comportement en situation de conflit
- Utiliser ses ressources et compétences personnelles.

PRE REQUIS

- Aucun pré-requis

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Salle de formation équipée d'un vidéoprojecteur et d'un paper board



Managers, tout acteur social en situation conflictuelle



8 min
10 max



Entreprise



21h
=
3 jours



Attestation de formation



Alliant théorie et exemples très pratiques, ce stage est réalisé par des experts et des formateurs expérimentés et certifiés.

Techniques d'entretiens professionnels et GPEC

OBJECTIFS

Cette formation a pour but de donner aux managers, les moyens d'évaluer les compétences de mener des entretiens individuels professionnels efficaces avec chaque collaborateur de son équipe.

Le stagiaire apprend à :

- Réaliser des entretiens d'évaluation des compétences dans une optique de mise en place d'une GPEC à partir des jeux de rôles et outils proposés
- Identifier les potentiels et axes de développement de l'équipe pour participer à la croissance et aux projets de l'entreprise.

PROGRAMME

- La compétence sous toutes ses formes (définitions)
- Les outils de gestion des compétences (référentiel, cartographie des métiers, fiches de poste...)
- La place des entretiens et de l'observation
- Les différents types d'entretiens (professionnels, de recrutement, d'évaluation...)
- La grille d'analyse des entretiens (jeux de rôle)
- Les filtres de la communication (étude de cas)
- Evaluer les compétences (étude de cas)
- La communication autour de votre démarche GPEC pour fédérer

PRE REQUIS

- Avoir déjà exercé des fonctions de management

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Salle de formation équipée d'un vidéo projecteur et d'un paper board

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Supports de cours papier
- Modèles, documents
- Supports de cours PDF
- Echanges questions/réponses
- Exercices de mise en situation
- Questionnaire d'évaluation



Dirigeants,
responsables,
chefs de
projet , managers.



10 max



Entreprise



14h
=
2 jours



Attestation
de formation



Alliant théorie et exemples très pratiques, ce stage est réalisé par des experts et des formateurs expérimentés et certifiés.

Construire sa GPEC sur la cartographie des compétences de ses équipes

OBJECTIFS

Cette formation a pour but de transmettre tous les éléments nécessaires au lancement d'un projet de GPEC dans son organisation.

Le stagiaire apprend à :

- Elaborer un plan de projet GPEC complet
- Elaborer et utiliser les outils de gestion des compétences
- Planifier une GPEC alignée avec la stratégie de l'entreprise
- Communiquer sur ce projet pour en faire un levier de motivation des équipes

PROGRAMME

- Définition de la GPEC
- Les grandes étapes d'une GPEC
- Piloter une démarche GPEC performante (planifier les besoins, état de l'existant) en mode projet
- Construire des outils de gestion des compétences (référentiel, cartographie des métiers, fiches de poste...) pour votre entreprise (cas)
- Diagnostiquer (plan d'action RH de votre entreprise) – alignement avec la stratégie
- Elaborer son plan de formation à partir de sa GPEC
- La communication autour de la GPEC pour fédérer

PRE REQUIS

- Avoir déjà mené des entretiens individuels

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Salle de formation équipée d'un vidéo projecteur et d'un paper board

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Supports de cours papier
- Modèles, documents
- Supports de cours PDF
- Echanges questions/réponses
- Exercices de mise en situation
- Questionnaire d'évaluation



Dirigeants,
responsables RH,
managers de
business unit



2 min
8 max



Entreprise



7h
=
1 jour



Attestation
de formation



Alliant théorie et exemples très pratiques, ce stage est réalisé par des experts et des formateurs expérimentés et certifiés.

Management et Leadership

OBJECTIFS

Cette formation a pour but de donner les moyens à un manager opérationnel ou à un dirigeant en posture opérationnelle de trouver sa place comme leader dans son organisation.

Le stagiaire apprend à :

- Quitter une posture de manager opérationnel pour celle d'un dirigeant
- Déterminer son nouveau rôle et ses responsabilités induites
- Se positionner comme un leader
- Piloter l'entreprise dans son ensemble et non plus par silo

PROGRAMME

- Reconnaître et différencier les différents styles de management
- Adapter son style de management à la situation - mise en situation
- Les techniques managériales
- Susciter et entretenir la motivation
- Quels leviers de motivation utiliser pour son équipe? - étude de cas
- Délégation: les bonnes méthodes - étude de cas
- La posture du dirigeant versus celle du manager opérationnel
- Etre un dirigeant «inspirational» - les différents modèles
- Les missions clés d'un dirigeant-manager - étude de cas
- Développer ses compétences situationnelles
- Développer son leadership par les valeurs et la vision
- Développer ses compétences relationnelles - cartographier son équipe - exercice
- Les moments clés du pilote et leurs outils : animation de réunion, situations conflictuelles
- Les outils de pilotage du manager-dirigeant - étude de cas

PRE REQUIS

- Avoir déjà exercé des fonctions de management

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Salle de formation équipée d'un vidéo projecteur et d'un paper board

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

- Supports de cours papier
- Modèles, documents
- Supports de cours PDF
- Echanges questions/réponses
- Exercices de mise en situation
- Questionnaire d'évaluation



Dirigeants,
responsables,
managers de
business unit



1 à 8 max



Entreprise



21h
=
3 jours



Attestation
de formation



Alliant théorie et exemples très pratiques, ce stage est réalisé par des experts et des formateurs expérimentés et certifiés.

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE DE PRESTATIONS DE FORMATION

Par la 37,5 Sté Trente sept Cinq (Ci-après les Conditions Générales de Vente) société à actions simplifiées au capital de 100 000 Euros, dont le siège est situé :

931, chemin de Beauregard, 13100 Aix en Provence

Et dont le numéro d'identification est RCS Aix en

Provence est :

SIRET : 530 659 739 000 37

Déclaration d'activité n° 93131697813

Article 1 : Prestations vendues

Les actions de formation dispensées par 37.5 rentrent dans le cadre de la formation professionnelle et des dispositions de l'article L 6313-1 du Code du travail et sont donc réalisées conformément à un programme préétabli qui, en fonction d'objectifs déterminés, précise les moyens pédagogiques, les moyens techniques et d'encadrement mis en oeuvre ainsi que les processus permettant de suivre son exécution et d'en apprécier les résultats.

Chaque formation dispensées par 37.5 porte un numéro d'identification unique, une dénomination, un titre et un contenu.

La participation aux formations dispensées par 37.5 implique de la part de l'acheteur desdites prestations (ci-après dénommé «le client») que ce dernier veille à ce que les participants inscrits possèdent bien les connaissances requises et / ou y répondent en termes de compétence pour pouvoir suivre les formations.

La vente des prestations de formation par 37.5 est exclusivement réservée aux entreprises. Les prestations vendues concernent la formation intra entreprises des personnels de tous niveaux dans le domaine de l'Assistance à la Réflexion Stratégique, la Culture et Relation Client, l'Excellence Opérationnelle et les Ressources Humaines.

Article 2 : Application des conditions générales de vente de prestations de formation

Durée :

Les présentes Conditions Générales de Vente sont applicables à toute commande de formation passée par un client auprès de 37.5 que ce soit pour des formations «intraentreprise, ou des offres spéciales décrites ci-après.

De même, le simple fait d'assister, en personne ou par l'un de ses préposés, à une séance de formation implique l'adhésion entière et sans réserve du client aux présentes Conditions Générales de Vente pour la durée des relations contractuelles liées aux formations. Ainsi, la passation de commande ou l'assistance à une séance de formation vaut acceptation expresse et sans réserve par le client des présentes Conditions Générales des Ventes, lesquelles prévaudront sur toutes autres conditions.

Celles-ci ne peuvent être modifiées que par écrit par le client et un responsable de 37.5 dûment habilité à cet effet.

Le fait que 37.5 ne se prévale pas à un moment donné de l'une quelconque des présentes Conditions Générales des Ventes ne peut être interprété comme valant renonciation à se prévaloir ultérieurement de l'une quelconque desdites conditions.

Article 3 : Champ d'application

Les présentes Conditions Générales des Ventes s'appliquent à toutes les formations

«intra entreprise» proposées par 37.5 dans son catalogue de formation en vigueur ainsi qu'à toutes les formations définies pour un client après validation conjointe sur le contenu, le format et la tarification proposée, par 37.5 et le client.

Article 4 : Commande de la formation

Pour être prise en compte par 37.5, toute formation doit faire l'objet d'un bon de commande écrit et signé par le client. Dès réception du bon de commande, 37.5 s'engage à traiter la commande dans les 5 jours.

Article 5 : Modification de la commande - Annulation ou report

37.5 se réserve le droit d'apporter à tout moment toute modification qu'elle juge utile à ses programmes et prestations de formation ainsi qu'au planning de ses formations. Elle se réserve le droit de modifier, sans préalable, les intervenants et de supprimer un ou plusieurs titres de sa gamme de formations.

En cas d'annulation pour quelque cause que ce soit (comme par exemple indisponibilité du formateur pour des raisons de maladie, panne d'électricité, indisponibilité du système informatique, nombre de participants insuffisant, conflits sociaux, conditions météorologiques la (ou les) formation(s) commandée(s) sera(ont) reportée(s) à une date ultérieure sans dédommagement ni pénalité due au client.

En cas de modification du programme ou du planning de la ou des formations, comme en cas d'annulation des formations, 37.5 s'engage à prévenir les clients ayant commandé ces formations, ou directement les participants à ces formations désignés par le client préalablement inscrits 10 jours au moins avant le début de la ou des formations concernées. Les clients et/ou les participants pourront choisir une nouvelle date dans le calendrier des formations proposées.

S'il souhaite annuler ou reporter sa participation à une ou plusieurs formations, le client ne pourra le faire qu'en respectant scrupuleusement les conditions suivantes :

Toute annulation ou tout report d'inscription à une formation devra être signalée à 37.5 par le client lui-même, et non par les participants désignés par le client pour la ou les formations commandées, par téléphone ou par courriel et doit être confirmée par courrier recommandé avec AR à l'adresse du siège de 37.5.

Les conséquences financières des annulations et reports sont les suivantes :

Tout report ou toute annulation intervenant plus de 5 jours ouvrés avant la date du début de la formation, la date prise en compte étant la réception du courrier recommandé avec AR dont il est fait état ci-dessus, ne donne lieu à aucun frais d'annulation.

Tout report ou toute annulation intervenant entre 2 et 5 jours ouvrés avant la date du début de la formation, la date prise en compte étant la réception du courrier recommandé avec AR dont il est fait état ci-dessus, donne lieu à une facturation par 37.5 égale à 50 % du prix du catalogue de la ou des formations commandées par le client à titre d'indemnité forfaitaire à la charge du client.

Toute formation annulée ou reportée la veille ou le jour même où elle débute sera due intégralement par le client à 37.5 à titre d'indemnité forfaitaire sur la base du prix catalogue.

Toute formation commencée sera due intégralement par le client.

Article 6 : Prix

Les prestations de formation sont facturées au prix en vigueur au moment de la confirmation de la commande de formation.

Le prix facturé par 37.5 inclut la fourniture de la prestation de formation conforme aux exigences de qualité 37.5 (support de cours, moyens pédagogiques, infrastructure) Les frais de repas ainsi que les frais de déplacement et d'hébergement des participants à la formation ne sont pas inclus dans le prix de la prestation de formation.

Article 7 : Facturation

Une facture sera établie et remise au client par 37.5 à l'issue de la formation pour tout client inscrit.

Le prix de la prestation, soumis à la TVA sera exprimé en Euro toutes taxes comprises.

Article 8 : Paiement – Modalités

Le prix des prestations de formation est payable comptant à l'issue de chaque séance de formation sauf accord préalable et écrit entre le client et un responsable habilité de 37.5

37.5 étant un organisme de formation agréé, il est habilité à signer des conventions de formation. Les factures délivrées par 37.5 tiennent lieu de convention simplifiée, mais le client peut, sur simple demande, obtenir une convention détaillée et/ou une attestation de présence individuelle délivrée par 37.5.

37.5 se réserve le droit d'exiger un prépaiement quinze jours avant le début de la formation. Dans ce cas, le client pourra se voir refuser l'accès à la formation si le paiement n'a pas été effectué dans les délais requis.

Dans le cas d'un financement par l'intermédiaire d'un OPCA, il appartient au client d'obtenir la prise en charge des formations commandées auprès de cet organisme. Dans le cas où cette prise en charge n'est pas obtenue avant le début de la participation du client à la formation considérée, le client devra s'acquitter des sommes dues auprès de 37.5 et fera son affaire du remboursement auprès de l'OPCA dont il dépend.

Article 9 : Paiement – Retard ou défaut

Conformément aux dispositions de l'article L 441-6 du Code de Commerce, le délai de paiement des sommes échues ne peut dépasser les trente jours fin de mois à compter de la date d'émission de la facture.

Toute somme non payée à l'échéance figurant sur la facture générera des pénalités de retard exigibles le jour suivant la date de règlement figurant sur la facture au taux d'intérêt appliqué par la Banque Centrale Européenne majoré de 10 points de pourcentage, qui ne peut toutefois être inférieur à trois fois le taux d'intérêt légal ainsi qu'une indemnité forfaitaire de 40€ pour frais de recouvrement, conformément aux dispositions de l'article D 441-5 du Code du Commerce.

Le montant de ces intérêts de retard sera imputé de plein droit sur toutes remises, ristournes ou rabais dus par 37.5

Le client devra rembourser tous les frais occasionnés par le recouvrement contentieux des sommes dues, y compris et notamment les honoraires d'officiers ministériels (huissiers) ou d'auxiliaires de justice.

En aucun cas, les paiements ne peuvent être suspendus ni faire l'objet d'une quelconque compensation sans l'accord écrit et préalable d'un responsable habilité par 37.5

Tout paiement partiel s'imputera d'abord sur la partie exigible de la créance, puis sur les sommes dont l'exigibilité est plus récente.

Article 10 : Propriété intellectuelle – droits d'auteur

L'ensemble des documents remis au cours de la formation constitue des oeuvres originales et à ce titre sont protégés par la législation sur la propriété intellectuelle et les droits d'auteur.

En conséquence, le Client s'interdit d'utiliser, copier, transmettre et généralement d'exploiter tout ou partie de ces documents, sans l'accord préalable et écrit d'un responsable habilité de 37.5

Le client s'interdit d'effectuer toute copie de logiciels utilisés dans les stages de formation, à l'exception des exercices réalisés, à condition que les fichiers n'incluent en aucune façon des parties de programme protégé par un droit quelconque.

Le client se porte fort du respect de ces interdictions de la part des participants qu'il désignera pour assister aux séances de formation et déclare se porter, à cet effet, garant et responsable solidaire de ces participants.

Article 11 : Règlement intérieur pour le déroulement des formations

Lors de la participation aux séances de formation, le Client s'engage à respecter les dispositions du règlement intérieur de 37.5 dont il déclare avoir pris connaissance et en accepter les termes.

Le client se porte fort du respect de ces dispositions de la part de participants qu'il désignera pour assister aux séances de formation et déclare se porter, à cet effet, garant et responsable solidaire de ces participants.

Article 12 : Notifications

Toutes notifications devant être effectuées dans le cadre de l'exécution des présentes Conditions Générales de Ventes seront considérées comme réalisées si elles sont faites par lettre recommandée avec demande d'avis de réception aux adresses suivantes :

A 37.5 : Service Formation , 931 chemin de Beaugard 13100 Aix en Provence

Au client : à l'adresse indiquée par le client lors de la commande.

Article 13 : Nullité d'une clause

Si l'une quelconque des dispositions des présentes Conditions Générales de Vente était annulée, cette nullité n'entraînerait pas la nullité des autres dispositions desdites Conditions Générales de ventes qui demeureront en vigueur entre 37.5 et le client.

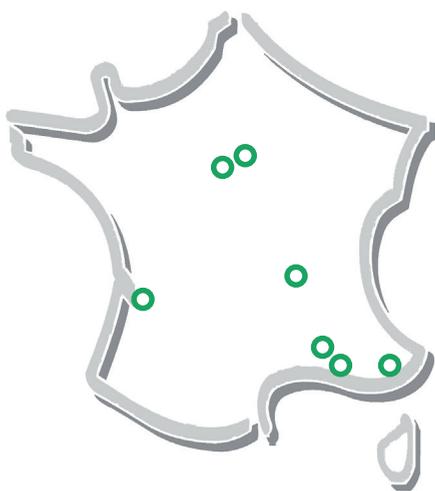
Article 14 : Confidentialité des Données

Les informations demandées au client sont nécessaires au traitement de sa commande. Dans l'hypothèse où le client consent à communiquer des données individuelles à caractère personnel, il dispose d'un droit individuel d'accès, de retrait et de rectification de ces données dans les conditions prévues par la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés. Le client doit adresser toute demande écrite à l'adresse du siège social de 37.5

Article 15 : Compétence / contestation / loi applicable

En cas de difficulté d'interprétation ou d'exécution des présentes Conditions Générales de Vente, 37.5 et le client conviennent expressément que le Tribunal de Commerce d'Aix en Provence sera le seul compétent.

Les présentes Conditions Générales de Vente sont soumises pour leur interprétation et leur exécution à la loi française.



N'hésitez pas à nous contacter :

Pour le contenu des formations

Maité Waag

tel : **07 81 05 75 78**

maite.waag@trentesptcinq.com

Pour toute question administrative

Stéphanie Schirmer

tel : **04 42 244 244**

stephanie.schirmer@trenteseptcinq.com

trenteseptcinq.com

37₅