



CATALOGUE FORMATION

Banque 2010

Edito

Chers Directeurs,

Nous avons le plaisir de vous présenter le catalogue de formation 2010. Il a été conçu pour répondre à vos besoins opérationnels et à la stratégie de votre banque.

Les différents objectifs pédagogiques visés par nos différents modules, viennent compléter vos formations internes et vous aideront dans la mise en œuvre et l'atteinte de vos objectifs opérationnels.

Nous vous souhaitons une bonne préparation de votre plan de formation 2010 et restons à votre disposition pour vous aider dans cette démarche.

Brice Crinot

Contexte

Pendant ces dix dernières années, la plupart des établissements bancaires africains ont vu leurs résultats nets s'améliorer.

Le secteur bancaire a profondément transformé son organisation, ce qui a permis l'arrivée de nouveaux entrants.

Il s'agit à présent de rentabiliser les marchés spécifiques tout en poursuivant la bancarisation de masse. A ce propos dans l'espace UEMOA, l'objectif fixé par la CEDEAO, de bancariser 20% du marché commun, correspond à plusieurs dizaines de millions de clients.

La clé de la réussite sur le long terme, consiste donc à professionnaliser les métiers du Front et du Back office afin de proposer à une clientèle de plus en plus exigeante, des offres concurrentielles et commercialisées par un personnel compétent.

Sommaire

- **La Banque**
 - L'environnement bancaire africain : évolution et enjeux (page 8)
- **Accueil et relations client**
 - Les fondamentaux de la qualité de service au Front office (page 9)
 - Le métier de régulateur d'accueil au sein d'une agence (page 10)
 - Gérer l'affluence et l'agressivité de la relation client (page 11)
 - Adopter les bons comportements pour bâtir une relation commerciale durable (page 12)
 - La construction d'une relation avec la clientèle haut de gamme (page 13)
 - La gestion des appels téléphoniques entrants et sortants (page 14)
- **Développement commercial et marchés**
 - **Clientèle des particuliers**
 - Nouveau package « Vente active de produits et services bancaires » (page 15)
 - Les fondamentaux de la vente (page 16)
 - Les fondamentaux de la négociation (page 17)
 - La vente des produits de placement (page 18)
 - La vente des produits de financement (page 19)
 - Piloter l'activité commerciale d'une équipe (page 20)
 - **Professionnels et PME**
 - Développer le marché des professionnels (page 21)
 - Développer le marché des PME
 - Gérer un portefeuille clients (page 22)
 - Conduire une négociation avec la clientèle professionnelle (page 23)
 - Techniques de recouvrement et de négociation amiable (page 24)

- **Management et Coursus**

- Première Ligne Managériale (page 25)
- Améliorer les performances par l'utilisation du tableau de bord opérationnel (page 26)
- Prendre la responsabilité d'une agence bancaire (page 27)
- Management d'un groupe d'agence (page 28)
- Préparation et conduite de l'entretien d'évaluation (page 29)
- Coursus membres du CODIR (page 30)
- Perfectionner son management
 - Le manager leader (page 31)
 - Manager des managers (page 32)
 - Le manager coach (page 33)

- **Management des compétences**

- Evaluation et coaching des compétences métiers (page 34)
- La formation de formateurs internes occasionnels (page 35)

- **Efficacité personnelle**

- La négociation interpersonnelle au quotidien (page 36)
- Améliorer sa prise de parole devant un public (page 37)
- Organiser et animer des réunions de travail (page 38)
- Mieux gérer son temps et ses priorités (page 39)

- **Formations techniques & expertises métiers**

- Culture d'entreprise, valeurs et Team Building
- Management dans un environnement multiculturel
- Management et fidélisation interne des hauts potentiels
- Management distanciel
- La fonction RH du manager
- Initiation et pilotage des changements internes



- Savoir communiquer les axes stratégiques de son entreprise
- Secrétariat
- Techniques de communication écrite et orale
- Améliorer ses supports de présentation visuelle
- L'assurance
- Le développement du marché des multinationales
- Institutionnel et Secteur Public
- Les activités d'un Call Center
- Assurances
- Informatique
- Monétique
- E-banque
- Qualité et normes
- Monitoring de la qualité de service
- Finance, comptabilité et contrôle de gestion
- Juridique et fiscal
- Contrôle et risque
- Audit interne
- Services généraux et achats
- Trésorerie
- Ressources Humaines
- Communication
- Intelligence émotionnelle
- Développer son assertivité pour des relations constructives

Préambule

L'élaboration du plan de formation tient compte de la stratégie de l'entreprise, touche l'ensemble des classifications et son déploiement intègre les priorités d'action.

Pour être efficient : prioriser les actions et respecter la taille optimale des groupes (12 personnes maximum).

Compte tenu de notre approche IFA :

1. Immersion d'appropriation

- *Pour mettre à jour puis s'adapter, si nécessaire, aux méthodes, cultures et objectifs*

2. Formation sur mesure

- *Selon les modalités et la nature des problématiques à traiter*

3. Accompagnement opérationnel des participants

- *Pour répondre à des besoins complémentaires*
- *Et pour ancrer durablement les acquis,*

Les programmes décrivent les grandes lignes de chaque module et nous vous fournirons sur simple demande, un projet détaillé répondant aux besoins de votre banque.



La banque

L'environnement bancaire africain : évolution et enjeux

Public : Tous collaborateurs

Durée : 2 jours

Objectifs pédagogiques :

- Prendre du recul par rapport à son activité quotidienne
- Acquérir une culture générale sur le monde bancaire
- Comprendre les décisions stratégiques de sa banque

Programme

- **L'organisation du système bancaire et financier**
 - Les principaux acteurs du paysage bancaire africain
- **Les lois bancaires, la réglementation bancaire (obligations des banques, conditions d'agrément,...) et les responsabilités du banquier**
- **Le cadre institutionnel**
 - L'adaptation au système international
- **Les grands métiers des banques**
- **Les orientations stratégiques des banques**
- **L'organisation générale des banques**
- **La gestion financière des entreprises bancaires, la construction des résultats des banques et la problématique de leur rentabilité**
- **Les évolutions récentes en Afrique**
- **Défis des banques et la modernisation actuelle des infrastructures technologiques**

- **L'organisation actuelle de votre banque**

Accueil et relation client

Les fondamentaux de la qualité de service au Front office

Public : tous collaborateurs du front office en contact avec la clientèle

Durée : 2 jours

Objectifs pédagogiques :

- analyser le service actuellement offert à la clientèle
- identifier les responsabilités individuelles des réponses données aux attentes des clients
- faire du « service client » un avantage concurrentiel

Programme

- **Les 3 phases d'une entreprise**
- **La typologie de la clientèle actuelle et future, de la banque**
- **Les impacts de l'évolution du marché sur la demande, l'offre et le management des Hommes**
 - Les grandes tendances du client
 - Les exigences légitimes du client
 - La pyramide du service
- **Les Missions/Objectifs/Tâches/Activités liés au front office**
- **L'accueil Service**
 - Définition
 - Les outils de communication efficaces
 - Les comportements gagnants
 - Elaboration d'une charte commune

Travaux en sous-groupes
Simulations individuelles et collectives



Accueil et relation client

Le métier de régulateur d'accueil au sein d'une agence

Public : Assistant clientèle - Chargé de l'accueil client

Durée : 2 jours

Objectifs pédagogiques

A l'issue de cette formation, les participants seront capables :

- de gérer toutes les activités du hall d'une agence
- d'aider l'agence à améliorer la qualité de service

Programme

- **L'organisation d'une agence bancaire**
- **Les différentes activités qui composent l'agence**
- **La gestion du flux et l'orientation des clients**
- **La régulation des files d'attente au sein de l'agence**
- **Les bases de l'accueil physique**
- **Les outils de la communication**
- **Les outils comportementaux**
- **La gestion des situations imprévues**
- **La gestion des clients difficiles**
- **Les produits bancaires classiques**
- **La mise à disposition des supports client**

Simulations individuelles

Débriefings individuels

Accueil et relation client

Gérer l'affluence et l'agressivité de la relation client

Public : tous les collaborateurs intervenant au front office

Durée : 1 jour

Objectifs pédagogiques :

- Connaître les principales causes et les comportements à adopter face à toutes situations agressives

Programme

- **Les différents facteurs de l'agressivité**
 - Les origines macro-sociales
 - Les origines macro-économiques
 - Les origines relationnelles
 - Les origines commerciales
- **Les différentes manifestations de l'agressivité**
- **Les facteurs aggravants**
- **Les stratégies**
 - Que faire pendant l'agression ?
 - Que faire après ?

Mises en situations sur la base des cas les plus courants
Débriefings individuels

Accueil et relation client

Adopter les bons comportements pour bâtir une relation commerciale durable

Public : Chargés de comptes - Gestionnaires de portefeuille - Commerciaux confirmés

Durée : 2 jours

Objectifs pédagogiques :

- Etre capable d'identifier ses points forts et ses points d'amélioration dans la pratique de la relation commerciale
- Faire évoluer ses pratiques dans une optique de relation durable
- Savoir adopter les attitudes convaincantes et le mental gagnant

Programme

- **Le commercial et le sportif**
 - Les enjeux communs
 - Les approches communes
 - Les pièges communs
- **Les étapes clés de la vente**
 - La préparation de la prospection
 - La maîtrise de la phase de découverte
 - La construction de son argumentaire
 - Le traitement réflexe des objections
 - Le verrouillage de la conclusion
- **Utiliser un mental gagnant pour réussir sa vente**
 - Comment se construire un mental de gagnant
 - Les points d'amélioration individuels

Ateliers en sous groupes

Etudes de cas

Test individuels

Visionnage de vidéos

Simulation

Débriefings

Accueil et relation client

La construction d'une relation avec la clientèle haut de gamme ou « VIP »

Public : Chargés de comptes « VIP » - Responsables d'agences - Responsables d'espaces « VIP » - Gestionnaires de patrimoine

Durée : 2 jours

Objectifs pédagogiques :

- Adopter des comportements appropriés à une clientèle spécifique
- Savoir installer une relation de confiance et de partenariat
- Adapter son approche commerciale à cette clientèle spécifique

Programme

- **Valoriser son potentiel technique**
- **La personnalité et le mode de fonctionnement de la clientèle haut de gamme**
 - Les signes extérieurs de richesses supposés et réels
 - Mieux comprendre le fonctionnement des chefs d'entreprise, des cadres dirigeants, entrepreneurs, des personnalités politiques, des personnalités de la société civile
- **La structure psychologique de l'entretien commercial**
 - Répondre aux attentes du client sans renier sa banque, ni se renier
- **L'utilisation du savoir-être pour gagner la confiance**
 - Incarner une image inspirant la confiance
- **Développer son leadership de commercial**
 - La recommandation
 - Le carnet d'adresse

Ateliers en sous groupes

Etudes de cas

Simulation

Débriefings individuels

Accueil et relation client

La gestion des appels téléphoniques entrants et sortants

Public : Chargés de clientèle – Commerciaux - Chefs d'agences - Agents back office

Durée : 1 jour

Objectifs pédagogiques :

- Incarner l'image de son entreprise auprès du client externe et interne
- Améliorer sa qualité d'accueil en maîtrisant les techniques et outils associés
- Mieux gérer son temps grâce à la bonne qualification des attentes du client

Programme

- **L'Accueil téléphonique**
 - Spécificités du média téléphone
- **La Structure des appels**
 - Typologies des entretiens
 - L'appel entrant
 - L'appel sortant
- **Les outils de bonne gestion**
 - La voix et l'intonation
 - Les mots barbelés
 - Les expressions positives
 - La communication non verbale
 - La conclusion de l'entretien
 - Le traitement des objections et des insatisfactions
 - L'art du questionnement
 - Garder le contrôle de la conversation
 - Savoir canaliser l'interlocuteur
 - Savoir être directif quand il le faut

Simulations individuelles
Débriefings



Clientèle des particuliers

Nouveau package « Vente active de produits et services bancaires »

Public : Tous les collaborateurs en situation de vente

Durée : 2 jours (audit commercial non compris)

Objectifs pédagogiques :

- Identifier les compétences commerciales cibles
- Positionner chaque commercial
- Améliorer les connaissances collectives et individuelles de la force de vente
- Suivre l'évolution de l'acquisition des compétences
- Détecter les meilleurs vendeurs
- Développer la vente des produits et services au front office
- Motiver individuellement et fidéliser les meilleurs vendeurs
- Développer les reflexes commerciaux gagnants

Programme

- **1) Le contrat de performance Mane Gere**
 - définition en amont avec la banque des produits ou services concernés
 - définition des objectifs à atteindre (en nombre ou en montant)
 - définition des critères de mesure des ventes
- **2) L'évaluation des compétences individuelles à partir d'un référentiel**
 - évaluation de la pratique commerciale à l'aide d'un questionnaire
 - évaluation du potentiel commercial pendant la form'action
- **3) Un challenge commercial motivant et valorisant**
 - Récompense des meilleurs vendeurs du challenge
- **4) Un atelier de form'action**
 - formation présentielle orientée sur le produit ou service choisi
 - techniques de vente rapide
 - élaboration des arguments de vente

***Les études de cas de vente sont bâties à l'avance afin que tous les participants puissent réaliser des ateliers de simulation
Pour mesurer les progrès individuels un test identique est réalisé au début et à la fin de la Form'action***

Clientèle des particuliers

Les fondamentaux de la vente

Public : Tous les commerciaux débutants

Durée : 2 jours

Objectifs pédagogiques :

- Maîtriser l'ensemble des étapes de la vente.
- Savoir distinguer la vente produit de la vente conseil
- Acquérir des réflexes commerciaux

Programme

- **Autoévaluation sur les pratiques actuelles des participants**
- **Mise en valeur de la nécessité de maîtriser une technique de vente efficace et adaptée au secteur bancaire**
- **La technique de vente APAC ou la « Vente rapide »**
 - Accroche
 - Proposition
 - Argumentation
 - Conclusion
- **La technique de vente ADAPAC ou la « Vente conseil »**
 - Accueil
 - Découverte
 - Accord de découverte
 - Proposition
 - Argumentation
 - Conclusion
- **Les étapes essentielles**
- **Les motivations d'achat chez un individu**
- **Les aspects comportementaux**

Ateliers en sous groupe

Simulation sur la base des situations de vente

Clientèle des particuliers

Les fondamentaux de la négociation

Public : tous les commerciaux ayant un pré-requis en matière de techniques de vente

Durée : 2 jours

Objectifs pédagogiques :

- Comprendre les mécanismes d'une bonne négociation
- Préparer et conduire une négociation
- Adopter une attitude gagnant / gagnant face au client
- Préparer et conduire une négociation réussie
- Augmenter son taux de succès

Programme

- **Les 7 travers les plus fréquents chez les commerciaux**
- **La communication gagnante en face à face**
- **Les différents styles sociaux**
- **Les règles de base pour préparer l'entretien commercial**
- **La dynamique d'une négociation gagnant-gagnant**
- **Les 5 phases d'une négociation**
- **La conclusion de l'entretien**

Echanges interactifs

Mises en situations filmées sur des cas pratiques.

Débriefings individuels et collectifs

Clientèle des particuliers

La vente des produits de placement

Public : Chargés de comptes - Conseillers de clientèle particuliers - Conseillers de clientèle entreprise

Durée : 1 jour

Objectifs pédagogiques :

- Savoir présenter aux clients, les caractéristiques et avantages des produits d'épargne
- Savoir commercialiser des produits adaptés aux attentes du client, dans le cadre d'une offre globale

Programme

- **Les attentes de l'épargnant**
 - Pourquoi et quand épargner ?
- **L'évolution de patrimoine des ménages**
- **Les différents types d'épargne**
 - L'épargne à court terme
 - L'épargne à moyen terme
 - L'épargne à long terme
- **La construction de son argumentation**
- **Le suivi de la relation**

Travaux pratiques sur la découverte des besoins du client

Simulations

Débriefings individuels



Clientèle des particuliers

La vente des produits de financement

Public : Commerciaux confirmés - Chargés de comptes - Conseillers de clientèle particuliers

Durée : 1 jour

Objectifs pédagogiques :

- Savoir répondre aux besoins de la clientèle en matière de crédit à la consommation
- Savoir argumenter les produits proposer à votre banque

Programme

- **La gestion d'un budget grâce aux crédits consommation**
 - Le fonctionnement d'un budget
 - Le positionnement de l'offre crédit à la consommation
 - L'environnement juridique de l'offre
- **Les différentes situations de vente**
 - Les opportunités commerciales
 - Les réponses aux attentes exprimées par le client
- **Argumenter son offre**
- **Savoir conduire la phase de négociation**

Travaux en sous groupes sur les fiches produits de la banque

Simulations

Débriefings collectifs et individuels

Clientèle des particuliers

Piloter l'activité commerciale d'une équipe

Public : Responsables d'agence - Responsables commerciaux

Durée : 2 jours

Objectifs pédagogiques :

- Savoir élaborer et présenter le diagnostic commercial d'une équipe
- Organiser et programmer des entretiens commerciaux individuels
- Donner du sens à l'engagement de chacun.
- Insuffler un esprit de challenge au sein de l'équipe
- Savoir piloter l'atteinte de l'objectif

Programme

- **Le fonctionnement d'une équipe commerciale**
 - Les 2 types de commerciaux
 - Le fonctionnement motivationnel des profils commerciaux
 - Bâtir une équipe pour la performance
- **Le diagnostic commercial**
 - La structure du diagnostic
 - Les finalités
 - La réalisation du diagnostic
- **Le plan d'action commercial**
 - De la stratégie au plan d'action
 - Structure du plan d'action
 - Vendre son plan d'action à l'équipe
- **Le pilotage de l'activité commerciale**
 - Les outils pour organiser les actions et atteindre les objectifs
 - Les réunions

Ateliers en sous groupes

Etudes de cas

Simulations individuelles

Débriefings individuels et collectifs

Professionnels et PME

Développer le marché des professionnels

Public : Conseillers de clientèle professionnelle

Durée : 2 jours

Objectifs pédagogiques :

- Mieux appréhender les clients professionnels, leurs marchés et leurs besoins
- Fidéliser sa clientèle par une approche globale et un suivi approprié

Programme

- **Caractéristiques du marché des professionnels**
 - Les artisans
 - Les commerçants
 - Les professions libérales
 - Les associations
- **Les partenaires**
 - Les chambres de commerce et d'industrie
 - Les centres de formalités des entreprises
 - L'environnement juridique spécifique de certaines professions
- **Segmenter son offre**
- **Développer la relation commerciale**
 - Les attentes vis-à-vis des banques
 - La création
 - Le développement
 - La transmission
 - Préparer son entretien
 - Conduire l'entretien
 - Le suivi
 - La gestion du risque

Mises en situations

Ateliers individuels et en sous-groupes

Apports théoriques et opérationnels

Quiz

Professionnels et PME

Gérer un portefeuille clients

Public : Gestionnaires de portefeuilles

Durée : 2 jours

Objectifs pédagogiques :

- Comprendre son marché pour mieux intégrer la nécessité de la démarche
- Mieux connaître ses clients pour mieux cerner leurs besoins
- Mieux connaître ses missions de gestionnaire de portefeuille
- Savoir segmenter son portefeuille
- Maîtriser son activité au quotidien pour suivre l'évolution de son portefeuille

Programme

- **Le cycle de vie d'une entreprise**
 - Les caractéristiques des entreprises à chaque phase
- **Les différents types de clients**
- **Les critères de différenciation**
- **Leurs attentes**
- **La fonction de gestionnaire**
 - Missions / Objectifs / Activités
- **Les différents objectifs d'activité à se fixer**
- **La segmentation générale dans le secteur bancaire**
- **Les atouts de la gestion de portefeuille**
 - Les critères de segmentation d'un portefeuille de clients
- **Le portefeuille produit**
- **Le cycle de vie du client**
 - Produits et services bancaires
- **Les principes généraux d'efficacité personnelle**
 - le planning actuel
 - le planning idéal
 - les outils pour s'approcher de l'efficacité idéale
 - l'état d'esprit du Chargé d'affaires
 - l'entretien de prospection
 - la planification des RDVs
 - le suivi

Quizz

Ateliers individuels et collectifs

Simulations

Professionnels et PME

Conduire une négociation avec la clientèle professionnelle

Public : Chargés de clientèle professionnels - Gestionnaires de portefeuilles

Durée : 2 jours

Objectifs pédagogiques :

- Savoir préparer et mener un entretien de négociation structuré
- Savoir identifier et s'adapter aux situations complexes

Programme

- **Les spécificités d'une négociation tarifaire**
- **Principes et enjeux**
 - Enjeux pour le client, la banque et le commercial
 - Les étapes clés
 - Les points les plus couramment négociés
- **Les 7 étapes d'une négociation**
 - Se préparer
 - Se fixer un objectif
 - Evaluer les forces en présence
 - Défendre ses positions
 - Obtenir des contreparties
 - Faire des concessions
 - Conclure la négociation
- **Simulations**
- **Les différents types de négociateurs**
- **Les différents types de tactiques**
 - Tactiques centrées sur les enjeux
 - Tactiques centrées sur les personnes
- **Simulations**

Etudes de cas

Simulations collectives filmées

Débriefings

Professionnels et PME

Techniques de négociation et de recouvrement amiable

Public : Conseillers de clientèle particuliers et professionnels - Chargés de recouvrement - Chefs d'agence

Durée : 2 jours

Objectifs pédagogiques :

- Mener efficacement l'entretien de recouvrement des créances
- Savoir s'adapter au client, en préservant les intérêts et l'image de sa banque
- Savoir anticiper les situations précontentieuses en utilisant des alertes
- Savoir utiliser les outils de communication appropriés

Programme

- **La situation des impayés dans votre banque**
 - Les clients de votre portefeuille client
 - Les modes de remboursement utilisés par vos clients
 - Vos processus internes
 - à quel moment un retard de paiement devient un impayé?
 - au bout de combien de temps démarre l'action de recouvrement?
 - Les modes de relance habituellement utilisés
- **L'importance de la communication pour l'entretien**
 - Le recouvrement téléphonique
 - Préparation
 - Différentes étapes
 - Le recouvrement en face à face
 - Préparation
 - Différentes étapes
 - L'utilisation du questionnement
- **La conclusion de l'entretien**
 - Les éléments d'une conclusion
- **Le suivi**
 - la relance téléphonique
 - les différents types de courriers
- **L'évolution de la situation**
 - De la situation de recouvrement à la situation de contentieux

Etudes de cas

Simulation filmées

Débriefings sur la base des films



Management & cursus

Première Lignes Managériales

Public : Tous les managers débutants

Durée : 3 ou 5 jours

Objectifs pédagogiques :

- Analyser les ressorts de la fonction managériale
- Savoir créer de la cohésion et des interactions au sein de l'équipe
- Appliquez un management constructif, motivant et productif pour le manager et son équipe
- Découvrir des outils de management pratiques, simples et efficaces.

Programme

- **Communiquer**
 - La communication interpersonnelle
- **Motiver**
 - Le rôle du manager
 - Les mécanismes de la motivation des individus
 - Les entretiens individuels motivants
- **Développer son leadership**
- **Le « Team building »**
 - La déclinaison de la stratégie et des valeurs de l'entreprise
 - Les entretiens collectifs motivants
- **Organiser**
 - La gestion du temps et des priorités
- **Accompagner**
 - Les différents types de management
- **Piloter l'activité**
 - Elaborer son tableau de bord
 - Les entretiens individuels
- **Gérer les situations difficiles**
 - Prévenir et gérer les conflits au sein de l'équipe

Alternance de Principes théoriques

Ateliers pratiques

Mises en situations

Etudes de cas

Jeux collectifs « Team building »

Management & cursus

Améliorer les performances par l'utilisation du tableau de bord opérationnel

Public : Chefs de services - Directeurs de départements - Managers confirmés

Durée : 3 jours

Objectifs pédagogiques :

- Évaluer, suivre les activités et les performances de son équipe au moyen d'indicateurs pertinents
- Faire du tableau de bord un outil de pilotage partagé au sein de son équipe
- Amener chacun de ses collaborateurs à son niveau maximum de compétence et de motivation

Programme

- **Le rôle du manager au sein de l'équipe**
- **la fonction des membres de l'équipe**
- **La fixation d'objectifs**
- **Le reporting**
 - Etudes de cas
 - Atelier individuel spécifique pour chaque manager
- **Le Tableau de bord**
 - La méthodologie de construction
 - Le choix des indicateurs
 - Les 3 catégories d'indicateurs
 - Les finalités du tableau de bord
 - Etudes de cas
 - Atelier individuel spécifique pour chaque manager
- **Piloter l'activité à l'aide de son tableau de bord**
 - L'animation collective
 - Le suivi des objectifs
 - Le coaching individuel
 - La technique du RAM / MAR
 - **Résultats-Activités-Moyens**
 - **Moyens- Activités- Résultats**
 - Etudes de cas
 - Atelier individuel spécifique pour chaque manager

Management & cursus

Prendre la responsabilité d'une agence bancaire

Public : Chefs d'agence, futurs chefs d'agence - Responsables de réseau d'agences

Durée : 3 jours

Objectifs pédagogiques :

- Savoir se servir de la stratégie de sa banque pour donner du sens à son action au quotidien
- Savoir analyser l'environnement externe et interne en vue d'établir un plan d'action cohérent
- Identifier les moyens adéquats pour optimiser l'efficacité commerciale
- Savoir conduire des entretiens de pilotage

Programme

- **De la Stratégie de votre banque à l'activité**
- **L'analyse de l'environnement**
- **Manager efficacement son équipe**
 - Animer des réunions
 - Répartir les rôles à chaque acteur
- **Piloter l'activité de l'agence**
 - Transformer les objectifs en activité
 - Impliquer tous les canaux dans l'action commerciale
 - Présenter un plan d'action
- **Adapter son management à chaque membre de son équipe**
 - Test individuel sur son style de management
 - Mener des entretiens de management avec ses collaborateurs
 - La technique du RAM / MAR
 - **Résultats-Activités-Moyens**
 - **Moyens- Activités- Résultats**
 - Etudes de cas
 - Mise en application

Travaux en sous groupe

Débriefings individuels et collectifs

Management & cursus

Management d'un groupe d'agence

Public : Responsables et futurs responsables de réseau d'agences - Responsables de zone ou de région

Durée : 3 jours

Objectifs pédagogiques :

- Savoir animer individuellement les chefs d'agence
- Aider les chefs d'agence à bien piloter leur activité
- Conduire la mise en œuvre du plan d'action commercial
- Animer efficacement les réunions

Programme

- **Le pilotage de l'activité**
 - Relayer la stratégie de sa banque
 - Mettre en œuvre la stratégie au niveau de son secteur
- **Le pilotage du changement**
 - Comprendre le processus de changement
 - Mobiliser et faire adhérer ses équipes
 - Savoir manager collectivement
- **Le management individuel des chefs d'agence**
 - Diagnostiquer son style de management
 - Positionner chaque chef d'agence à partir d'indicateurs précis
 - Savoir conduire des entretiens de progression
 - La technique du RAM / MAR
 - **R**ésultats-**A**ctivités-**M**oyens
 - **M**oyens- **A**ctivités- **R**ésultats
 - Mise en application

Travaux en sous groupes

Etudes de cas

Simulations

Débriefings individuels

Management & cursus

Préparation et conduite de l'entretien d'évaluation

Public : tout manager susceptible de mener un entretien

Durée : 3 jours

Objectifs pédagogiques :

- Comprendre le cadre général de l'entretien
- Maîtriser le processus de préparation de l'entretien par le manager et le collaborateur
- S'approprier les outils et méthodes pour mener l'entretien et faire le suivi du plan d'action

Programme

- **Le contexte général de l'Entretien Annuel**
 - Les différents types de motivations
 - Le cycle d'acquisition des compétences
 - Le rôle du manager, ses limites et sa zone de confort
 - Les objectifs de l'Entretien Annuel
- **La déclinaison de la stratégie en objectifs opérationnels**
- **La préparation de l'entretien**
- **Le déroulement de l'Entretien**
 - La prise de contact
 - Le bilan par rapport au poste actuel
 - L'identification du projet du collaborateur
 - Le cadrage du projet
 - La boîte à outils
 - La conclusion ou plan d'action
- **Le suivi**
 - Les différents types d'entretiens et leur finalités

Travaux en sous groupes
Echanges téléphoniques
Briefings individuels

Management & cursus

Cursus membres du CODIR

Public : Directeur général & membres du comité de direction

Durée : 3 + 2 jours

Objectifs pédagogiques :

- Identifier les dysfonctionnements individuels et/ou collectifs
- Renforcer la cohésion d'équipe, mieux se connaître pour partager la même vision, apprendre à travailler ensemble, atteindre les mêmes objectifs et gagner ensemble.

Programme

- **Immersion & interviews individuels post-cursus**
- **Phase 1**
 - **Team Building : 1 jour**
 - Identifier les dysfonctionnements individuels et/ou collectifs, renforcer la cohésion d'équipe, mieux se connaître pour partager la même vision, apprendre à travailler ensemble, atteindre les mêmes objectifs et gagner ensemble
 - **Top Management, Communication & Leadership : 2 jours**
 - Définir les rôles et missions du top management pour un meilleur positionnement au sein de la direction. Améliorer la culture du résultat. Amorcer les changements nécessaires au sein de l'équipe dirigeante. Travailler son charisme pour susciter l'adhésion et la motivation de ses collaborateurs. Savoir prendre de la hauteur afin de se remettre en question. Appréhender les techniques de communication pour faire passer des messages efficaces. Mesurer le coût d'une mauvaise communication pour la banque
- **PHASE 2 (3 mois après la phase1)**
 - **Outils et méthodes pour décider : 1 jour**
 - Transformer progressivement le comité de direction pour en faire un vrai outil de travail. Eviter la redondance des sujets abordés. Donner des outils au DG et aux membres du CODIR pour que leur participation soit orientée vers la règle des 3 C (Clair - Court - Concis)
 - **De la Stratégie à l'Action : 1 jour**
 - Elaborer le plan d'action de son département en partant de la stratégie de la banque pour mieux piloter les objectifs fixés

Les tests individuels et certaines parties théoriques seront envoyés et traités en amont par tous les participants
Echanges (par mail et/ou téléphone) avec les participants
Simulation - Coaching individuel

Management & cursus

Le manager leader

Public : Tous managers

Durée : 1 jour

Objectifs pédagogiques :

- Diagnostiquer son propre style de leadership
- Adapter son leadership à la situation de ses collaborateurs
- Améliorer l'impact de son leadership pour plus d'efficacité

Programme

- **Les différents types de leadership**
 - Définitions et exemples
 - Un leader est un facilitateur de solution
- **Test individuel « Quel type de leader êtes-vous ? »**
 - Analyser son style actuel de leadership
 - Débriefing sur les points d'amélioration
- **Jeu de communication ludique filmé : « Dans la peau d'un leader »**
 - Exercice de prise de parole en public et d'appropriation de la dimension
 - Débriefings individuels sur la base des films
- **Du management opérationnel au leadership**
 - **Adopter une attitude de leader**
 - La méthode S.E.R.V.I.R.
- **Plan d'action personnel**

Jeux de communication

Mises en situation filmées

Débriefings

Management & cursus

Manager des managers

Public : Toute personne managant des managers

Durée : 2 jours

Objectifs pédagogiques :

- Mieux positionner son management au sein de l'entreprise
- Maitriser tous le fonctionnement et les enjeux de ce type de management
- Savoir utiliser les ressorts du leadership pour améliorer son efficacité

Programme

- **Les dimensions de la fonction de manager de managers**
 - la prise de recul par rapport à l'opérationnel
 - le fonctionnement en court, moyen et long terme
- **Le management de la stratégie**
 - Le partage de la culture d'entreprise et des valeurs
 - La recherche d'informations pour alimenter la stratégie définie par la banque
 - Le traitement de l'information
 - Le rôle des managers
- **Le management de l'aspect organisationnel**
 - L'élaboration et la mise à jour des procédures
 - Le respect des procédures
 - L'optimisation des ressources
 - La communication des bonnes pratiques
- **Le management de l'aspect opérationnel**
 - L'analyse des résultats
 - Les outils d'accompagnement à distance
- **La gestion prévisionnelle :**
 - de la mobilisation et de la motivation collective
 - de l'atteinte des objectifs
 - de la charge de travail des équipes en fonction de la saisonnalité de l'activité
 - des compétences et de la formation
 - de la motivation individuelle de chaque manager

Exercices pratiques

Echanges théoriques sur les situations vécues par les participants

Débriefings

Management & cursus

Le manager coach

Public : Tous les managers ayant un minimum de 2 ans de pratique managériale

Durée : 2 jours

Objectifs pédagogiques :

- Aider ses collaborateurs à s'améliorer
- Savoir mener un entretien de coaching
- Aider ses collaborateurs à franchir les obstacles

Programme

- **Qu'est-ce qu'un coach ?**
 - Différence entre coach et manager
 - Que fais le coach ?
- **Les cinq fondamentaux du succès**
 - Le projet
 - Le management positif
 - La concentration / la responsabilisation
 - La formation
 - L'autorité

Visionnage d'une vidéo + Débriefing sur la fonction de coach.
- **La boîte à outils du coach opérationnel**
 - L'activité quotidienne comme élément d'apprentissage
 - Utiliser les succès pour grandir
 - Les erreurs comme élément de progression
 - La résolution des problèmes
 - La conduite des entretiens de coaching
 - Les outils
 - L'accompagnement individuel
 - Les collaborateurs difficiles
- **Le développement personnel du coach**
- **Plan d'action personnalisé**

Etudes de cas

Débriefings individuels

Management des compétences

Evaluation et coaching des compétences métiers

Public : Tous collaborateurs

Durée : ½ journée à 1 jour par groupe

Objectifs pédagogiques :

- Aider les collaborateurs à identifier les compétences restant à acquérir, dans le cadre de leur parcours professionnel
- Positionner individuellement et collectivement les compétences acquises par rapport aux compétences cibles
- Aider les Ressources Humaines à mieux gérer les compétences internes
- Bâtir des parcours de formation individualisés et suivre l'évolution de l'acquisition des compétences
- Détecter et fidéliser les meilleurs potentiels

Intervention

- **Une évaluation des compétences à 2 niveaux**
 - Individuellement et collectivement
 - A partir d'un référentiel des compétences à évaluer, les participants seront évalués à un instant « T » sur :
 - Leur pratique actuelle
 - Leur potentiel et leur volonté à améliorer les compétences métiers
 -
 - Les évaluations se feront :
 - Soit à distance à l'aide d'un questionnaire situationnel spécifique
 - Soit « in situ » à l'aide d'un boîtier électronique et d'un système interactif de vote
- **Une synthèse du positionnement individuel et collectif sera transmise à la direction de la banque qui comprend :**
 - Le détail de l'évaluation des compétences
 - Une synthèse, sous forme de diagramme des écarts constatés entre le niveau actuel et le niveau cible
 - Des recommandations sur le (ou les) actions de formation prioritaires

Questionnaire d'évaluation validé en amont avec les Ressources Humaines
Débriefings

Management & cursus

La formation de formateurs internes occasionnels

Public : Tout collaborateur susceptible d'intervenir en tant que formateur interne

Durée : 3 jours

Objectifs pédagogiques :

- concevoir une action de formation courante et son guide d'animation,
- Connaître et maîtriser l'utilisation des principales méthodes pédagogiques et d'apprentissage
- Réaliser efficacement des actions de formation interne pour renforcer les acquis.
- Se faire accepter par ses collègues

Programme

- **Définir un objectif pédagogique**
 - comment bâtir un objectif pédagogique ?
 - les phrases types, les mots à privilégier
 - les cycles d'acquisition du savoir
- **Les différents outils d'animation de formation**
 - Où, quand et comment les utiliser ?
 - Les erreurs à éviter
- **Construire un module de formation interne**
 - le contenu d'un module de formation,
 - les règles de présentation d'un document,
 - l'organisation d'une journée de formation
- **Gérer le stress de l'animateur**
 - définition
 - gérer son stress devant un public,
 - étude de cas sur les situations les plus courantes
-
- **Techniques de prise de parole devant un auditoire**
 - autodiagnostic de ma prise de parole en public
 - Prendre la parole en public
 - la technique du chameau croissant
- **La communication gagnante pour animer un groupe d'adultes**
- **Le plan d'action personnalisé**

Alternance de Principes Théoriques et d'Ateliers Pratiques.

Mises en situations filmées

Débriefings

Exercices et jeux d'animation

Effacité personnelle

La négociation interpersonnelle au quotidien

Public : Tous managers

Durée : 2 jours

Objectifs pédagogiques :

- Savoir anticiper les tensions internes
- Savoir gérer les conflits en situation professionnelle
- Savoir utiliser les compromis pour dépasser les intérêts personnels et instaurer un climat de travail constructif

Programme

- **Les différents types de conflits interpersonnels**
 - Les principales sources de conflit
 - La signification des attitudes dans un conflit
 - Les mécanismes d'évolution des conflits
- **La gestion d'un conflit**
 - Savoir identifier les vrais acteurs
 - La méthodologie de résolution d'un conflit

Mises en application

- **Négociation interne et négociation client**
 - La différenciation des enjeux
 - La différenciation des relations
- **Les techniques de négociation comportementale**
 - A quel moment négocier ?
 - Etre toujours prêt à négocier
 - L'importance de la préparation
 - Comment négocier ?
 - Les aspects comportementaux
 - Les pièges à éviter
- **Plan d'action personnel**

Etudes de cas basés sur le vécu des participants

Simulations

Débriefings

Effacité personnelle

Améliorer sa prise de parole devant un public

Public : Toute personne susceptible de prendre la parole devant un public

Durée : 1 jour

Objectifs pédagogiques :

- Maîtriser les aspects comportementaux et les principes clés de la communication face à un groupe
- S'organiser de manière efficace
- Utiliser les outils pratiques et les astuces de tout bon orateur

Programme

- **Savoir maîtriser son comportement**
- **Les principes clés de la communication**
- **Ce qui retient le plus l'attention d'un auditoire**
- **Autodiagnostic de son rapport à la prise de parole**
 - Test individuel
- **Réussir sa présentation face à un public**
 - Atelier pratique : chaque participant prépare une présentation
- **La maîtrise des trois espaces de l'orateur**
 - l'espace physique
 - l'espace vocal
 - l'espace intellectuel
 - Atelier pratique : la pratique de l'espace vocal
- **Savoir sortir de son cadre de référence**
 - Jeux :
 - « dans la peau de l'autre »
 - « improvisation théâtrale »
- **Plan d'action personnel**

Alternance de Principes théoriques et d'Ateliers pratiques
Mises en situation ludiques
Exercices d'articulation
Jeux de communication

Efficacité personnelle

Organiser et animer des réunions de travail

Public : Toute personne désirant maîtriser les fondamentaux de la conduite de réunion

Durée : 2 jours

Objectifs pédagogiques :

- Savoir identifier les différents objectifs d'une réunion
- Maîtriser les fondamentaux pour préparer et exploiter une réunion
- Savoir animer efficacement chaque type de réunion

Programme

- **A quoi sert une réunion ?**
- **Les différents types de réunions et leurs objectifs**
- **La présentation face à un groupe**
 - Savoir comment se comporter devant l'auditoire
 - Maîtriser les trois espaces :
 - l'espace physique
 - l'espace vocal
 - l'espace intellectuel
 - Apprendre à adapter sa gestuelle à son discours
 - Savoir faire participer son auditoire
- **Les fondamentaux de la conduite de réunion**
 - Le rôle et les compétences de l'animateur
 - Les techniques de maîtrise du groupe
 - Savoir gérer les participants difficiles
 - Savoir gérer les moments difficiles dans une réunion.Mise en situation
- **Comment bien préparer et exploiter le compte rendu d'une réunion**
- **Plan d'action personnalisé**

Alternance de Principes Théoriques et d'Ateliers Pratiques.
Mises en situations ludiques
Exercices.
Jeux

Efficacité personnelle

Mieux gérer son temps et ses priorités

Public : Toute personne en situation de management hiérarchique ou non hiérarchique désirant mieux s'organiser pour mieux gérer son temps et gagner en efficacité.

Durée : 2 jours

Objectifs pédagogiques :

- Comprendre l'importance de son « capital » temps
- Optimiser son organisation
- Découvrir les clés de la planification
- Maîtriser les outils pratiques

Programme

- **Du temps : pourquoi et comment ?**
 - Autodiagnostic Priorités Organisation Planification
 - Test individuel « Identifier ses chronophages »
- **Le temps : comment l'optimiser ?**
 - Découvrir les priorités de chaque individu
 - Analyser son emploi du temps actuel
 - Les exercices l'« agenda à la loupe », le « tri sélectif » et l'utilisation de la « table des priorités » permettent de gérer les chronophages
- **Planifier pour gagner en efficacité**
 - Identifier les priorités de sa fonction
 - Se fixer des objectifs et construire des plans d'action
 - Anticiper les imprévus :
 - exercice pratique sur la planification des prochaines séquences de travail (semaine, mois) des participants
- **Les sollicitations quotidiennes et leur gestion**
 - Identifier ses sollicitations les plus fréquentes et savoir les gérer efficacement
 - Savoir dire non en préservant l'harmonie de ses relations avec les collègues :
 - questionnaire sur les sollicitations et exercices pratiques
- **Ma caisse à outils du temps**
- **Plan d'action personnalisé**

Ateliers pratiques

Tests individuels

Débriefings



Contacts

Mane Gere Associés Afrique

**Pour des informations plus précises veuillez nous
contacter à l'adresse:**

crinot@manegereafrique.com contact@manegereafrique.com

www.manegereafrique.com www.offre-emploi-afrique.com