



CATALOGUE DES FORMATIONS 2024

N° de Version : 4.0

Date Version : 2 Janvier 2024

Siège Social : 180, Avenue du Prado – 13008 Marseille

S.A.R.L. au Capital de 1000 Euros – N° SIRET 889 225 736 00012 – RCS Marseille B 889 225 736 – Code NAF 7022Z



SOMMAIRE

	Pages
CUM SALIO	3
QUI FAIT APPEL A CUM SALIO ?	4
CATALOGUE DES FORMATIONS 2024	5
SOMMAIRE DES FORMATIONS	5



CUM SALIO

CUM SALIO est une Société de Conseil et de Formation en Stratégie de l'Innovation, spécialisée dans le développement et l'organisation des entreprises et des collectivités à projets complexes.

CUM SALIO est enregistrée en tant qu'Organisme de Formation auprès de la D.R.E.E.T.S. PACA sous le N° 93131862913

et



***Société indépendante,
Créée le 23/09/2020,
S.A.R.L. au Capital de 1 000 €uros.***



QUI FAIT APPEL A CUM SALIO ?

Vous êtes :

- ◆ **Une P.M.E.**
- ◆ **Un grand groupe**
- ◆ **Une collectivité**
- ◆ **Une entreprise de haute technologie**
- ◆ **Une société industrielle**
- ◆ **Un créateur d'entreprise**

Vous allez trouver chez CUM SALIO un accompagnement complet pour réussir votre développement

Modalités d'inscription :

- **1 mois avant la date de démarrage de la formation**
- **Contact : Guy Bénassi – benassi@cum-salio.fr – 06 27 96 93 35**

Merci de nous contacter pour toute situation particulière liée au handicap, nous adapterons nos méthodes, contenus de travail et nos séquences en fonction de ce handicap.



SOMMAIRE des FORMATIONS

	Pages
MANAGEMENT ET ORGANISATION	6
DEVELOPPEMENT COMMERCIAL	12
CURRICULUM VITAE	20



MANAGEMENT et ORGANISATION



INITIATION AU CHANGEMENT

<p>Objectifs : Donner aux publics concernés les outils de compréhension des effets liés au changement sur le comportement social et professionnel de leurs collaborateurs.</p> <p>Apprendre à réaliser un plan de conduite du changement et de planification des actions d'accompagnement.</p>	<p>Contenu :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Définition du changement • Moyens d'analyse des effets du « changement » sur les plans « mental, émotionnel et culturel » et auto positionnement du (ou des) participant • Synthèse des comportements « moteurs » et « freins » faces au changement et auto • synthèse des participants • Définition des actions d'accompagnement dans les domaines « mental, émotionnel et culturel » et auto définition du (ou de)s participants (s) • Mise en place du « Plan de Progression individuel et passation de « contrats d'accompagnement » • Option : Bases théoriques de la relation d'aide , pour une meilleure compréhension, par l'encadrement du déroulement des actions d'accompagnement des salariés.
<p>Public concerné : Tout salarié ayant un rôle d'encadrement.</p>	<p>Lieu : Locaux PMR ou chez le Client en INTRA</p>
<p>Pré-requis : Aucun</p>	<p>Formateur : Guy BENASSI</p>
<p>Durée : 7 heures ou 2 x 4 heures pouvant se répartir en 2 demi-journées en formation individuelle ou avec 2 participants dans le cas de management double (hiérarchique et fonctionnel)</p>	<p>Prix : 1100 € H.T. par Stagiaire</p>
<p>Pédagogie : Méthode démonstrative et questionnement.</p>	
<p>Évaluation : Validation des acquis de la Formation Chaque responsable réalisera son plan de conduite et de planification du changement.</p>	<p>Moyens : Documents méthodologiques et plans de progression individuels. Tableau papier. Bureau, salle cours. Pour tout type de handicap nous contacter pour étude de faisabilité et d'accueil</p>



TRAVAIL EN EQUIPE

<p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Approfondir, améliorer et développer les compétences, la créativité de chaque participant, et contribuer, ainsi à la meilleure pratique au sein du collectif de l'entreprise et au sein même des équipes auxquelles ils appartiennent. • Développer l'approche système et ses applications dans l'accompagnement stratégique des personnes, de l'équipe dans le cadre des développements en cours de l'organisation. • Permettre d'acquérir des outils conceptuels et opérationnels permettant de mieux guider les personnes, les équipes et les organisations dans leur travail. • Aider les participants à mieux manager leurs projets au travers des outils collaboratifs. 	<p>Contenu :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le travail en équipe et le développement systémique de l'organisation • La réunion déléguée (rodage en situation réelle de réunion d'équipe) • La « percée »
<p>Public concerné : Tout salarié ayant un rôle d'encadrement.</p>	<p>Lieu : Locaux PMR ou chez le Client en INTRA</p>
<p>Pré-requis : Aucun</p>	<p>Formateur : Guy BENASSI</p>
<p>Durée : 28 heures ou 4 jours</p>	<p>Prix : 2350 € H.T. par stagiaire ou sur devis pour Grand groupe</p>
<p>Pédagogie : Apports théoriques et examen de cas, mises en situation</p>	
<p>Évaluation : Validation des acquis de la Formation</p>	<p>Moyens : Documents méthodologiques Tableau papier. Bureau, salle cours, Pour tout type de handicap nous contacter pour étude de faisabilité et d'accueil</p>



CONDUITE DE REUNION

<p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Préparer la réunion pour concentrer les énergies sur l'objectif essentiel. • Utiliser les techniques d'animation appropriées pour atteindre l'objectif initié à chaque type de réunion. • Mettre en place les actions pour que les décisions soient concrétisées sur le plan opérationnel. • Permettre d'acquérir des outils conceptuels et opérationnels permettant de mieux guider les personnes, les équipes et les organisations dans le suivi des décisions et leur mise en œuvre opérationnelle. • Aider les participants à mieux manager leurs projets au travers des outils collaboratifs. 	<p>Contenu :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quels sont les différents types de réunion ? Et pourquoi les différencier de cette manière ? • Identifier les clés de succès d'une réunion productive • Étape 1 : Préparer la réunion pour concentrer les énergies sur une production effective. • Étape 2 : Focaliser les énergies sur l'objectif pendant la réunion • Étape 3 : Garantir la mise en œuvre des engagements pris en réunion
<p>Public concerné : Tout salarié et cadres dirigeants.</p>	<p>Lieu : Locaux PMR ou chez le Client en INTRA</p>
<p>Pré-requis : Aucun</p>	<p>Formateur : Guy BENASSI</p>
<p>Durée : 14 heures ou 2 jours</p>	<p>Prix : 1350 € H.T. par Stagiaire</p>
<p>Pédagogie : Apports théoriques et examen de cas, mises en situation</p>	
<p>Évaluation : Validation des acquis de la Formation</p>	<p>Moyens : Documents méthodologiques Tableau papier. Bureau, salle cours Pour tout type de handicap nous contacter pour étude de faisabilité et d'accueil</p>



Développement des compétences de l'encadrement de l'entreprise

<p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'objectif de cette formation est de doter les cadres dirigeants de haut niveau et leurs managers d'outils de décision et de management au sein de l'entreprise. • Maîtriser les leviers d'actions et les contraintes d'une direction d'entreprise. • Développer sa réactivité face à un environnement mondial instable et concurrentiel. • Intégrer la complémentarité des fonctions et tirer le meilleur parti du travail en équipe. • Acquérir les outils de pilotage afin de construire un véritable modèle d'entreprise. • Intégrer les principes du Balanced Scorecard. • Repérer les tactiques de déploiement et leur méthodologie de mise en œuvre. • Rendre cohérents le discours stratégique, les décisions et les actions quotidiennes. 	<p>Contenu :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Élaborer une stratégie • Évaluer l'efficacité du plan d'actions • Faire évoluer son plan d'actions en fonction de ses propres contraintes et de l'environnement externe synthèse des participants • L'entreprise organisée en perspective • Construire le tableau de bord stratégique • Mettre en œuvre le Balanced Scorecard • Motiver les collaborateurs à la réalisation des objectifs stratégiques
<p>Public concerné : Tout salarié ayant un rôle d'encadrement.</p>	
<p>Pré-requis : Aucun</p>	<p>Lieu : Locaux PMR ou chez le Client en INTRA</p>
<p>Durée : 35 heures ou 5 jours</p>	<p>Prix : 2350 € H.T. par Stagiaire</p>
<p>Pédagogie : Apports théoriques et examen de cas, mises en situation</p>	<p>Formateur : Guy BENASSI</p>
<p>Évaluation : Validation des acquis de la Formation</p>	<p>Moyens : Documents méthodologiques Tableau papier. Bureau, salle cours Pour tout type de handicap nous contacter pour étude de faisabilité et d'accueil</p>



LA RSE : DEFINIR UNE STRATEGIE GAGNANTE

<p>Objectifs :</p> <p>S'approprier les concepts et les enjeux de la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE)</p> <p>Elaborer une stratégie de RSE concrète et adaptée,</p> <p>Identifier les clés du succès du déploiement auprès des équipes</p>	<p>Contenu :</p> <ol style="list-style-type: none"> Développement Durable et Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) : concepts et enjeux Enjeux et définition du développement durable. Les points clés liés à la réglementation française et européenne. La RSE : source d'innovation, de nouveaux business pour les entreprises. Principes de la Responsabilité Sociétale des Entreprises. Les changements de références induits par la RSE Le changement de l'échelle temps, de la référence espace, d'indicateurs de performance. Les nouveaux modèles économiques (économies de fonctionnalité, collaborative, circulaire, ...). Construire sa stratégie RSE : un outil, des étapes L'ISO 26000 : la norme internationale de référence RSE, base de travail pour l'entreprise. Les étapes incontournables : Le diagnostic interne et externe pour identifier les enjeux autour du cycle d'activité. Définir ses enjeux prioritaires, la matrice de matérialité. Formuler sa stratégie RSE. Déployer sa stratégie. Mesurer l'efficacité des actions. Communiquer pour rendre visibles les progrès sans tomber dans le greenwashing. <p>Mise en situation Étude de cas pratique en groupe : structurer une stratégie RSE.</p> <ol style="list-style-type: none"> Accompagner le changement Mettre en place une organisation dédiée. Mobiliser les acteurs. Communiquer et former en interne. Intégration de la RSE dans les métiers (Achats, Ressources Humaines, Marketing, Communication, Logistique...)
<p>Public concerné : Tout salarié Direction entreprise, Responsable RSE, Encadrement.</p>	<p>Lieu : Locaux PMR ou chez le Client en INTRA</p>
<p>Pré-requis : Aucun</p>	<p>Formateur : Guy BENASSI</p>
<p>Durée : 42 heures en Equipe de Direction, CODIR ou Equipe d'Encadrants</p>	<p>Prix : 1950 € H.T. par Stagiaire</p>
<p>Pédagogie : Méthode démonstrative et questionnement.</p>	
<p>Évaluation : Validation des acquis de la Formation L'équipe réalisera son plan de conduite et de planification du changement dans la Transition Ecologique.</p>	<p>Moyens : Documents méthodologiques et plans de progression individuels. Tableau papier. Bureau, salle cours. Pour tout type de handicap nous contacter pour étude de faisabilité et d'accueil</p>



PERFECTIONNEMENT AU MANAGEMENT ET A LA COMMUNICATION A L'AIDE DE LA PROCESS COM

<p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mieux se connaître, et développer ses compétences en management et communication. • Apprendre à connaître ses interlocuteurs • Pratiquer et gérer des situations délicates. • Développer un management et une communication individualisés, c'est-à-dire mettre en œuvre les stratégies d'action et de relation qui optimisent la motivation de chacun et fasse s'exprimer pleinement son potentiel. 	<p>Contenu :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le Modèle PROCESS COM • Les six types de personnalité et leur manière spécifique de communiquer • Savoir développer une communication positive • Savoir motiver ses interlocuteurs • Comprendre et gérer ses propres comportements de stress • Savoir gérer les situations de "mécommunication" : incompréhensions, inefficacité, conflits • Les outils du Modèle • Pratique du diagnostic Process Com • Gérer les situations délicates • Apprendre à éviter les « jeux » pièges • Apprendre à sortir des « jeux » pièges
<p>Public concerné : Tout salarié ayant un rôle d'encadrement.</p>	
<p>Pré-requis : Aucun</p>	<p>Lieu : Locaux PMR ou chez le Client en INTRA</p>
<p>Durée : 42 heures ou 6 jours</p>	<p>Prix : 1500 € H.T. par Stagiaire</p>
<p>Pédagogie : Apports théoriques et examen de cas, mises en situation</p>	<p>Formateur : Guy BENASSI</p>
<p>Évaluation : Validation des acquis de la Formation</p>	<p>Moyens : Documents méthodologiques, inventaire de personnalité PCM Tableau papier. Bureau, salle cours Pour tout type de handicap nous contacter pour étude de faisabilité et d'accueil</p>



DEVELOPPEMENT COMMERCIAL



DEVELOPPER LA VENTE POUR LES NON COMMERCIAUX

<p>Objectifs :</p> <p>Développer et maîtriser les compétences commerciales initiales pour des stagiaires n'exerçant pas une fonction commerciale opérationnelle</p>	<p>Contenu :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acquérir les compétences commerciales initiales pour réussir dans la vente et la négociation • Appréhender les étapes de l'entretien de vente • Découvrir son client • Savoir identifier la typologie du client • Maîtriser son argumentation • Savoir traiter les objections • Savoir Conclure avec succès
<p>Public concerné : Tout salarié engagé dans la relation commerciale et TNS.</p>	
<p>Pré-requis : Aucun</p>	<p>Lieu : Locaux PMR ou chez le Client en INTRA</p>
<p>Durée : 21 heures ou 3 jours</p>	<p>Prix : 1260 € H.T. par Stagiaire</p>
<p>Pédagogie : Présentation de concepts, des exercices et apprentissages sur les outils et plateformes, des mises en œuvre validant l'évolution des stagiaires</p>	<p>Formateur : Guy BENASSI</p>
<p>Validation des acquis de la Formation</p>	<p>Moyens : Documents méthodologiques Tableau papier Bureau, salle de cours Projection des supports</p> <p>Pour toute forme de handicap nous contacter pour étude de faisabilité et d'accueil</p>



DYNAMISER SA POSTURE DE VENTE POUR LES COMMERCIAUX SEDENTAIRES

<p>Objectifs :</p> <p>Développer et maîtriser les compétences commerciales et de négociation des commerciaux sédentaires</p>	<p>Contenu :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Renforcer les compétences commerciales du personnel sédentaire pour réussir dans la vente et la négociation • Savoir préparer une stratégie de vente • Maîtriser son argumentation • Savoir traiter les objections • Savoir gérer une négociation difficile • Conclure avec succès
<p>Public concerné :</p> <p>Tout salarié engagé dans la relation commerciale et TNS.</p>	
<p>Pré-requis :</p> <p>Aucun</p>	<p>Lieu :</p> <p>Locaux PMR ou chez le Client en INTRA</p>
<p>Durée :</p> <p>21 heures ou 3 jours</p>	<p>Prix :</p> <p>2350 € H.T. par Stagiaire</p>
<p>Pédagogie :</p> <p>Présentation de concepts, des exercices et apprentissages sur les outils et plateformes, des mises en œuvre validant l'évolution des stagiaires</p>	<p>Formateur :</p> <p>Guy BENASSI</p>
<p>Validation des acquis de la Formation</p>	<p>Moyens :</p> <p>Documents méthodologiques Tableau papier Bureau, salle de cours Projection des supports</p> <p>Pour toute forme de handicap nous contacter pour étude de faisabilité et d'accueil</p>



DYNAMISER SA POSTURE DE VENTE POUR LES COMMERCIAUX « GRANDS COMPTES »

<p>Objectifs :</p> <p>Développer et maîtriser les compétences commerciales et de négociation auprès de la clientèle « Grands Comptes »</p>	<p>Contenu :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Renforcer les compétences commerciales pour réussir dans la vente et la négociation aux comptes « Grands Comptes » ▪ Comprendre les spécificités des entreprises « Grands Comptes » • Acquérir une compréhension approfondie des besoins, des attentes et des processus décisionnels des entreprises « Grands Comptes » • Maîtriser les techniques avancées de vente, de négociation et de fidélisation spécifiques aux comptes « Grands Comptes » • Renforcer les compétences en gestion de la relation client dans un contexte exigeant « Grands Comptes ».
<p>Public concerné : Tout salarié engagé dans la relation commerciale et TNS.</p>	
<p>Pré-requis : Aucun</p>	<p>Lieu : Locaux PMR ou chez le Client en INTRA</p>
<p>Durée : 21 heures ou 3 jours</p>	<p>Prix : 1350 € H.T. par Stagiaire</p>
<p>Pédagogie : Présentation de concepts, des exercices et apprentissages sur les outils et plateformes, des mises en œuvre validant l'évolution des stagiaires</p>	<p>Formateur : Guy BENASSI</p>
<p>Validation des acquis de la Formation</p>	<p>Moyens : Documents méthodologiques Tableau papier Bureau, salle de cours Projection des supports</p> <p>Pour toute forme de handicap nous contacter pour étude de faisabilité et d'accueil</p>



VENTE STRATEGIQUE DE VALEUR

<p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Développer et maîtriser les compétences commerciales en vente stratégique de valeur auprès de la clientèle « Grands Comptes » • Utiliser les instruments stratégiques et tactiques de la vente stratégique de valeur. • Obtenir le maximum de chaque entretien. • Améliorer les performances à court et moyen terme. 	<p>Contenu :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fondamentaux de la vente complexe moderne • La vente stratégique de valeur • Stratégies en vente complexe • Tactiques en vente complexe • Le processus de gestion d'opportunité • Fondamentaux de l'entretien de vente par le diagnostic • Notion de message-valeur • La proposition à valeur ajoutée
<p>Public concerné : Tout salarié commercial et/ou cadre dirigeant.</p>	
<p>Pré-requis : Aucun</p>	<p>Lieu : Locaux PMR ou chez le Client en INTRA</p>
<p>Durée : 35 heures ou 5 jours</p>	<p>Prix : 1700 € H.T. par Stagiaire</p>
<p>Pédagogie : Présentation de concepts, des exercices et apprentissages sur les outils et plateformes, des mises en œuvre validant l'évolution des stagiaires, examen de cas, mises en situation</p>	<p>Formateur : Guy BENASSI</p>
<p>Évaluation : Validation des acquis de la Formation</p>	<p>Moyens : Documents méthodologiques Tableau papier Bureau, salle de cours Projection des supports</p> <p>Pour toute forme de handicap nous contacter pour étude de faisabilité et d'accueil</p>



VENDRE AUX MARCHES PUBLICS

<p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Connaître les règles essentielles et les différentes étapes d'un marché public. • Savoir où chercher l'information : les sites internet et services incontournables. • Adapter son offre aux besoins spécifiques des interlocuteurs du secteur public. • Adapter son cycle de vente au cycle d'achat dans le secteur public. 	<p>Contenu :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dénicher les consultations et se faire connaître en amont : entrer dans le paysage • Parler le langage du secteur public : s'adapter à l'univers public • Répondre à la commande publique : satisfaire au processus d'achat public • Construire la relation : s'installer dans la durée
<p>Public concerné : Tout salarié commercial et/ou cadre dirigeant</p>	
<p>Pré-requis : Aucun</p>	<p>Lieu : Locaux PMR ou chez le Client en INTRA</p>
<p>Durée : 28 heures ou 4 jours</p>	<p>Prix : 1500 € H.T. par Stagiaire</p>
<p>Pédagogie : Présentation de concepts, des exercices et apprentissages sur les outils et plateformes, des mises en œuvre validant l'évolution des stagiaires, examen de cas, mises en situation</p>	<p>Formateur : Guy BENASSI</p>
<p>Évaluation : Validation des acquis de la Formation</p>	<p>Moyens : Documents méthodologiques Tableau papier Bureau, salle de cours Projection des supports</p> <p>Pour toute forme de handicap nous contacter pour étude de faisabilité et d'accueil</p>



TRAITER LES OBJECTIONS ET CONCLURE SES VENTES

<p>Objectifs :</p> <p>. Développer et maîtriser les compétences commerciales du personnel commercial, spécifiquement sur le volet « Traitement des objections et conclusion des ventes »</p>	<p>Contenu :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acquérir les compétences commerciales initiales du personnel sédentaire pour réussir dans la vente et la négociation • Appréhender les étapes de l'entretien de vente • Découvrir son client • Savoir identifier la typologie du client • Maîtriser son argumentation • Savoir traiter les objections • Savoir Conclure avec succès
<p>Public concerné :</p> <p>Tout salarié commercial et/ou cadre dirigeant</p>	
<p>Pré-requis :</p> <p>Aucun</p>	<p>Lieu :</p> <p>Locaux PMR ou chez le Client en INTRA</p>
<p>Durée :</p> <p>28 heures ou 4 jours</p>	<p>Prix :</p> <p>1500 € H.T. par Stagiaire</p>
<p>Pédagogie :</p> <p>Présentation de concepts, des exercices et apprentissages sur les outils et plateformes, des mises en œuvre validant l'évolution des stagiaires, examen de cas, mises en situation</p>	<p>Formateur :</p> <p>Guy BENASSI</p>
<p>Évaluation :</p> <p>Validation des acquis de la Formation</p>	<p>Moyens :</p> <p>Documents méthodologiques Tableau papier Bureau, salle de cours Projection des supports</p> <p>Pour toute forme de handicap nous contacter pour étude de faisabilité et d'accueil</p>



ANALYSER ET BÂTIR UNE STRATEGIE COMMERCIALE DE SORTIE DE CRISE

<p>Objectifs :</p> <p>. Maîtriser les enjeux de la nouvelle définition stratégique de la société en période de crise</p>	<p>Contenu :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Appréhender les politiques générales des entreprises face à des phénomènes, internes ou externes, de crise • Travail sur les fondements de la communication de crise • Maîtriser les notions de stratégie d'entreprise et les grands choix stratégiques • Savoir décider en sortie de crise • Applications
<p>Public concerné : Tout salarié commercial et/ou cadre dirigeant</p>	
<p>Pré-requis : Aucun</p>	<p>Lieu : Locaux PMR ou chez le Client en INTRA</p>
<p>Durée : 21 heures ou 3 jours</p>	<p>Prix : 2300 € H.T. par Stagiaire</p>
<p>Pédagogie : Présentation de concepts, des exercices et apprentissages sur les outils et plateformes, des mises en œuvre validant l'évolution des stagiaires, examen de cas, mises en situation</p>	<p>Formateur : Guy BENASSI</p>
<p>Évaluation : Validation des acquis de la Formation</p>	<p>Moyens : Documents méthodologiques Tableau papier Bureau, salle de cours Projection des supports</p> <p>Pour toute forme de handicap nous contacter pour étude de faisabilité et d'accueil</p>



Curriculum Vitae de l'Intervenant



GUY BENASSI

Marié, 59 ANS

4 enfants

Formation

- Ecole Nationale Supérieure des Télécommunications de Paris (88)
- Maîtrise d'Electronique, d'Electrotechnique et d'Automatique
- Formations à la Communication, Vente, Management, Prise de parole en public : Dale CARNEGIE et KRAUTHAMMER
- Transformance : coaching et team building
- Metasystème : coaching d'équipes, approche systémique
- Certifié Process Communication Management
- Certifié WELLSCAN, Gestion du Stress et Santé au Travail
- Certifié à l'inventaire typologique jungien Golden
- Le nouveau triangle dramatique, Steven Karpman

Parcours professionnel

- Fondateur de la Société Conseil CUM SALIO
- Consultant, Directeur Associé et Formateur d'une société de conseil intervenant en Stratégie et Politique d'Entreprise, et en Ressources Humaines depuis 1996 société conseil EMPORIA
- Coach Senior certifié, depuis 2004
- Management d'une équipe de 200 personnes
- Précédemment :
- Directeur Réseaux et Télécommunications, Groupe Lafarge
- Consultant Informatique et Réseaux, Groupe Digilog



Spécialités / Domaines d'expertise

- Conseil et Formation dans le domaine du Management, de l'Organisation, du Développement des ventes et de la Conduite du changement
- Diagnostic de structure et Audit des organisations
- Team building et cohésion d'équipes
- Coaching individuel, coaching d'équipes
- Recrutement, Chasse de tête, Evolution de carrière

Secteurs d'intervention

- Industrie
- BTP
- Services
- Grande Distribution
- Haute Technologie
- Télécoms
- Audiovisuel

Références

Grands comptes, Collectivités et administrations, PME, dont :

Police Nationale, Onet, La Poste, CMA-CGM, AST BTP, GIMS, Intermarché, AXA Assurances, AGISCOM, VPCAB, CROEC PACA, CSOEC, Monoprix, EDF, GDF, Groupe Accor, France Telecom, GROUPE TELFRANCE Serie "Plus Belle La Vie", Rhône Poulenc, Direction Générale de l'Armement, Lafarge Plâtres, Linpac, Société des Centres Commerciaux, Société des Eaux de Marseille, Canal de Provence, Groupe SNEF, Ville de Marseille, Ville de Hyères, Ducros, CMR, Olly Gan, Laurie Lumière, Cybernetix, Sinto, Multirestauration, Armatech, Seporga, SCM Microsystems, I2E, B+, Anvar, Conseil Général des Bouches du Rhône, Conseil Général du Var, Conseil Régional Provence Alpes –Côte d'Azur, Assemblée Nationale, Ministère de l'Industrie, Incubateurs, CCI du Var, CCI Marseille Provence, CCI du Vaucluse, CCI de Lyon

Autres

- Langues parlées : Anglais, Allemand