

FORMATION CONTINUE 2019

DIPLÔMANT - CERTIFIANT
ACCOMPAGNEMENT INDIVIDUEL
FORMATIONS SUR MESURE

- Management et leadership
- Transformation digitale
- Développement personnel
- Performance commerciale
- Service client



Créateurs d'avenirs





DEPUIS 40 ANS

AU SERVICE DE LA PERFORMANCE DES ENTREPRISES

Vous souhaitez développer les compétences de vos collaborateurs pour améliorer la performance globale de votre entreprise.

Comme vous, nous avons la conviction que la compétence est source d'épanouissement professionnel et de succès personnel et collectif.

Depuis 40 ans, nous créons et délivrons des programmes de formation continue, animés par la volonté de développer le potentiel de chacun. La confiance que nous témoignent de plus en plus de professionnels nous conforte dans notre approche centrée sur les besoins spécifiques de chaque client.



Jean CHARROIN
Directeur général

ILS NOUS FONT CONFIANCE

ABBOTT, ABG, ADENTIS, AFPI, AGRIAL, AIR FRANCE KLM, AKZONOBEL, ANFH, ANGERS EXPO CONGRES, ARACT, ARAPL, AVAYA, AXIS COMMUNICATIONS, BANQUE NOMURA, BAYER SANTE, BELLANNE, BIOLIANCE, BOUCHARA-RECORDATI, BOUCHERON, BOUYGUES IMMOBILIER, BOUYGUES TELECOM, BRIAND ENERGIES, BUHLMANN, BUREAU VERITAS, CAIB, CAM, CERFRANCE, COOK MEDICAL, CREDIT AGRICOLE, CREDIT MUTUEL, CROIX ROUGE FRANÇAISE, CTI BPL, DECORAMA, DENKAVIT, EDF, ERAM, ERDF, TERRENA, ETAI, EUROSITES, FIDUCIAL, FINISTERE ASSURANCE, FUTURSKILL TRAINING, GDF-SUEZ, GRDF, GUERLAIN, HEINEKEN, HEPPNER, HORTIVAL DIFFUSION, INAFON, INVACARE, ITEC, JOHNSON, KORIAN, LABORATOIRES BIORYLIS, LACROIX ELECTRONICS, LACTALIS, LAGARDERE, LOGISTA, MAIF, MALAKOFF MEDERIC, MAISON GABORIT, MANITOU, MESSIER-BUGATTI-DOWTY, MIRAMAR CROUESTY, NESTLE, NET AFFILIATION, NOR FEED SUD, ORANGE BUSINESS SERVICES, ORBEA, ORIUM, PCM, PERREAU, PROCESS SYSTEMS, RESTORIA, SCANIA, SCHNEIDER ELECTRIC, SDIS, SFR, SMEBA, SOGAL, TECHNICOLOR, TERRENA, THALES, THYSSENKRUPP, TIPIAK, VALEO, DARTY, VOLVO, WARNER, WILO SALMSON, WOLF FRANCE, YARA FRANCE, ZODIAC, ETC.

Entreprises dont un ou plusieurs collaborateurs ont suivi une formation ESSCA (extrait).



**DES MÉTHODES
PÉDAGOGIQUES INNOVANTES
QUI FAVORISENT LA CRÉATIVITÉ
ET LA COOPÉRATION**

4 bonnes raisons DE CHOISIR L'ESSCA

- 1 - Des formations qui vous ressemblent : des programmes sur mesure adaptés à votre entreprise et à vos besoins**
- 2 - Des formateurs coachs de haut niveau pour aider vos collaborateurs à développer leurs compétences**
- 3 - Une qualité de service reconnue par nos clients : réactivité, proximité et efficacité**
- 4 - Un savoir-faire éprouvé : 40 ans d'expérience en formation continue**

MOOC CREATIVE BOX



LEARNING EXPEDITION



ESSCA
INSTITUT DE PÉDAGOGIE AVANCÉE

L'ESSCA SUR DATADOCK : UN GAGE DE QUALITÉ



ESSCA Executive Education est référencée sur Datadock, la base de données créée par les OPCA et OPACIF, et respecte ainsi les 6 critères qualité fixés par le décret du 30 juin 2015 pour les organismes de formation. Les prestations que nous proposons sont donc référencables par l'ensemble des financeurs de la formation professionnelle.

SOMMAIRE

UNE PÉDAGOGIE INNOVANTE

6

01 - FORMATIONS DIPLÔMANTES



Diplôme Grande École grade de Master	9
Mastère Spécialisé <i>Management digital</i>	10
BADGE <i>Manager de la distribution et des services automobiles</i>	11
BADGE sur mesure	11

02 - LA DÉMARCHE ESSCA



Nos engagements d'accompagnement et d'évaluation de l'action de formation	13
Accompagnement individuel	14

03 - ESSCA EXECUTIVE CERTIFICATES



Expert digital	16
Manager commercial	17
Manager leader	18
Manager opérationnel	19
Ingénieur d'affaires	20
Manager de projets	21
Revenue Manager	21

04 - FORMATIONS SUR MESURE



Développement personnel

Développer son leadership et son charisme	24
Devenir un collaborateur intrapreneur	24
Anticiper et gérer les conflits	25
Communiquer avec efficacité en contexte professionnel	25
Communiquer et convaincre en public	26
Oser s'affirmer pour mieux interagir	26
Conduire efficacement des réunions	27

Management et leadership

Devenir un manager agile	29
Mobiliser le potentiel créatif de ses équipes	30
Devenir un manager coach	30
Manager à distance	31
Manager et motiver ses équipes - Niveau 1	32
Manager et motiver ses équipes - Niveau 2	32
Optimiser la cohésion et l'efficacité de ses équipes	33
Manager un projet	33
Management transversal	34
Accompagner son équipe dans le changement	34

COMPÉTENCES TRANSVERSALES



COMPÉTENCES TRANSVERSALES

Management et leadership

Manager en environnement interculturel	35
Manager en environnement intergénérationnel	35
Prévenir et gérer les risques psychosociaux	36
Le manager face aux situations de crise	36
Manager de proximité : un réel relais RH	37
Conduire efficacement ses entretiens RH	37



COMPÉTENCES MÉTIERS

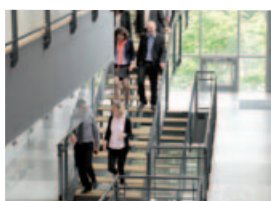
Performance commerciale - Service client

Développer son potentiel commercial	39
Négocier avec efficacité	39
Les clés de la performance commerciale	40
Mettre en place une stratégie winback	40
Réussir son pitch	41
Construire sa stratégie et son plan d'action commercial	41
Manager son équipe commerciale	42
Traiter les réclamations clients sur les réseaux sociaux	42
Prévenir et gérer les incivilités	43
S'affirmer face à des clients difficiles	43
La relation client en réception d'appel	44
Fondamentaux du marketing opérationnel	44
Revenue Management	45



Transformation digitale

Stratégie « Digital Business »	47
Construire son référencement naturel et payant	47
Mobiliser les réseaux sociaux dans sa stratégie marketing	48
Développer ses ventes B to B grâce au digital : social selling	48
La relation clients sur Internet	49
Web conception	49
Webmarketing	50
Destination Smart Cities	50



Pilotage financier

Finance pour managers opérationnels - Niveau 1	52
Maîtriser le cash flow et le BFR - Niveau 2	52
Le pilotage financier : budget et gestion prévisionnelle	53
Mesurer la performance et maîtriser ses indicateurs	53

UNE PÉDAGOGIE TOUJOURS INNOVANTE



*Learning Expedition
dans la Silicon Valley
pour les participants au
MS Management Digital*

MOOC CREATIVE BOX

QU'EST-CE QU'UN MOOC ?

Un MOOC (Massive Open Online Course) est un cours dispensé en ligne sur une plateforme, favorisant l'échange entre les participants. Il se compose de courtes vidéos, diffusées en général sur une période de 4 à 5 semaines. À la fin de chaque semaine, un quizz est disponible afin de valider ses compétences. En fin du parcours, le participant rédige une synthèse permettant de valider l'acquisition des nouvelles compétences. Il reçoit ensuite un certificat attestant de sa réussite.

POURQUOI SUIVRE UN MOOC ?

Ce nouvel outil pédagogique, accessible à tous et facile d'utilisation, permet de développer ses compétences et ses connaissances dans les domaines les plus variés. Chacun peut suivre la formation sur le support de son choix (smartphone, tablette, ordinateur), à son rythme et selon sa propre organisation. De nombreuses marques proposent aujourd'hui leur propre MOOC afin de mieux informer leurs clients sur des procédés ou des savoir-faire.

LE MOOC CREATIVE BOX DE L'ESSCA

Le MOOC de l'ESSCA est un véritable tremplin pour les personnes désireuses de développer leurs compétences en matière d'innovation, de digital et d'entrepreneuriat. Depuis son lancement en 2015, cette formation a enregistré plus de 10 000 inscriptions. Tous les profils sont représentés, du cadre bancaire au startupper. La formation inclut des interventions de professionnels, issus d'entreprises de différentes tailles comme le CSA, Meat Me, PSA Citroën, Total ou Travelcar.





Learning Expedition (LEX)

Proposée dans le cadre du Mastère Spécialisé *Management Digital* et en option dans le cadre du diplôme Grande École en *Management Global*

QU'EST-CE QU'UNE LEARNING EXPEDITION ?

Une Learning Expedition signifie littéralement « Expédition, voyage d'apprentissage ». Dans le cadre du Mastère Spécialisé *Management Digital*, l'ensemble de la promotion part une semaine dans la Silicon Valley, aux États-Unis, pour découvrir des entreprises innovantes.

POURQUOI UNE LEX ?

En visitant des entreprises comme Google, Pinterest, LinkedIn ou de simples startups en devenir, les étudiants découvrent les coulisses de ces *success stories* nées de l'autre côté de l'Atlantique. Au terme de ce voyage, ils acquièrent une vision plus large en matière d'innovation et de créativité. Ils s'affranchissent alors des barrières qu'ils auraient pu, volontairement ou pas, s'imposer. Cette expérience est une étape importante dans le cursus, qui leur permet de rêver plus grand et d'oser davantage.



L'Institut de Pédagogie Avancée (IPA)

« Lorsque j'enseigne, je pense avant toute chose à créer avec mes étudiants un environnement dans lequel ils auront envie d'apprendre » **ALBERT EINSTEIN**

Les plus grandes instances d'accréditations internationales placent aujourd'hui l'enseignant et l'enseignement au cœur de leur processus. En posant la question « *we teach but do they learn ?* », elles nous rappellent à tous la complexité de l'acte pédagogique, une recette constituée d'ingrédients multiples.

Valoriser l'enseignement : telle est donc clairement la raison d'être de l'Institut de Pédagogie Avancée de l'ESSCA.





01

— FORMATIONS DIPLOMANTES

Le Diplôme Grande École de l'ESSCA par
la voie de la formation continue

Formation de référence de l'ESSCA, le programme Grande École accompagne le développement de compétences professionnelles de haut niveau dans les domaines du management et de la gestion d'entreprise. Les diplômés du programme se destinent à l'exercice de fonctions d'encadrement et de management en France ou à l'étranger ainsi qu'au business développement et à la création d'entreprise.

Dès 1990, l'ESSCA fut la première école de commerce en France à offrir la possibilité à des personnes en activité de suivre un cycle Master. Compatible avec l'exercice d'une activité professionnelle, le programme Grande École de l'ESSCA attire un nombre croissant de collaborateurs d'entreprises qui trouvent dans la formation l'opportunité de révéler leur potentiel et de développer les savoirs et savoir-faire indispensables à leur réussite professionnelle et à celle de leur entreprise.

Le BADGE, Bilan d'Aptitude Délivré par les Grandes Écoles

De nombreuses entreprises expriment le besoin d'accompagner leurs collaborateurs vers des fonctions d'encadrement qui exigent à la fois une vision transversale de l'organisation et la maîtrise de savoirs, de savoir-faire sectoriels et de savoir-être indispensables à la réussite dans une fonction managériale.

Label de certification de la Conférence des Grandes Écoles, les parcours BADGE répondent parfaitement à ce besoin. Développé en partenariat avec une institution professionnelle de référence, chaque BADGE ESSCA est résolument orienté opérationnel et permet une mise en pratique rapide des compétences acquises.



Le Mastère Spécialisé

Le label Mastère Spécialisé (MS) est une marque collective, propriété de la CGE. Créé en 1983 pour répondre à une demande des entreprises françaises à la recherche de compétences très pointues, dans des secteurs précis. Il garantit le haut niveau et la vocation professionnelle affirmée des enseignements.

La durée du programme, à plein temps ou à temps partiel, ne peut être inférieure à deux semestres (350 heures). La formation inclut des enseignements théoriques, des exercices pratiques et des travaux de groupe. Les étudiants accomplissent également un travail personnel dans le cadre d'une mission en entreprise et soutiennent une thèse professionnelle. La durée minimale de cette mission est de 4 mois.



Seules les écoles membres de la CGE sont habilitées à proposer un Mastère Spécialisé.

DIPLÔME GRANDE ÉCOLE MASTER EN MANAGEMENT GLOBAL

- > Acquérir une vision globale et stratégique, manager des projets et conduire le changement, agir en leader responsable
- > Développer une capacité à innover et à déployer des solutions nouvelles

OBJECTIFS

La formation accompagne les personnes en poste ou en reconversion souhaitant évoluer vers des fonctions d'encadrement de haut niveau, de direction d'unité ou de business développement. Elle permet de développer une vision transversale de l'entreprise et des compétences indispensables pour réussir le pilotage d'équipes et de projets.

DIPLÔME DÉLIVRÉ

Diplôme Grande École de l'ESSCA, Bac+5, Grade de Master. Titre d'État inscrit au RNCP niveau 1 (code 1707), éligible au CPF (code 241687)

ORGANISATION ET FRAIS DE FORMATION

Durée : 656 heures de cours sur 18 mois au rythme moyen de 2 vendredis-samedis par mois + 1 semaine de regroupement

Lieu : campus ESSCA Angers ou Paris

Rentrée : janvier de chaque année (fin : juillet n+1)

Frais de formation : 16 500 € net

CONDITIONS D'ADMISSION

Les candidats doivent justifier de l'un des titres suivants :

- Bac+2 et 3 années d'expérience professionnelle
- Bac+3/4/5 et 2 années d'expérience professionnelle
- Test d'aptitude aux études en management + test d'anglais + entretien de motivation
- 4 sessions de recrutement en avril, juin, octobre et décembre 2019
- Formation accessible par la voie de la VAP ou de la VAE

PROGRAMME

SEMESTRE 1 - #MANAGER STRATÈGE

- Stratégie
- Consommateurs et marchés
- Comptabilité et finance d'entreprise
- Environnement économique de l'entreprise
- Environnement juridique de l'entreprise
- Statistiques pour l'entreprise
- Développement managérial et leadership
- Business English
- Mémoire de Master

SEMESTRE 2 - #MANAGER PILOTE

- Management de projet
- Marketing stratégique et opérationnel
- Contrôle de gestion et budgets
- Business Internationalization
- Développement managérial
- Business English
- Mémoire de Master

SEMESTRE 3 - #MANAGER LEADER ET CRÉATIF

- Leadership
- Digital Business
- Management global de la performance
- Ressources Humaines pour managers
- Business English
- Mémoire de Master

+ 1 option au choix : Management agile, Business développement ou Entrepreneuriat

- JEU D'ENTREPRISE - PRISE DE DÉCISION

- MOOC CREATIVE BOX

- LEARNING EXPEDITION EN CALIFORNIE (OPTIONNEL)

- TRAJECTOIRE PROFESSIONNELLE

LES + DU PROGRAMME

- Executive Master, formation diplômante, accréditée AACSB, EQUIS, EPAS et AMBA
- Le millième formé en 2018
- Plus de 50 participants à l'année
- Un encadrement de proximité depuis 30 ans
- Un collectif de stagiaires dynamique et engageant



Contact campus Angers

Jacqueline AUBINIÈRE

jacqueline.aubiniere@essca.fr

Tél. : 02 41 73 47 85



Contact campus Paris

Lidia de MOURA

lidia.demoura@essca.fr

Tél. : 01 41 86 04 80

executive.essca.fr

MASTÈRE SPÉCIALISÉ MANAGEMENT DIGITAL

> Impulser la transformation digitale et développer le business de l'entreprise

OBJECTIFS

- Relier les enjeux stratégiques des marques avec des business models digitaux performants au plan économique
- Maîtriser la connaissance client, les big data et les leviers webmarketing
- Synchroniser les stratégies marketing sociales locales et mobiles et accompagner la croissance de l'activité digitale de l'entreprise
- Développer une activité e-commerce et une distribution cross canal
- Impulser le changement culturel et organisationnel par l'agilité et l'innovation (techniques créatives, Design Thinking...)

DIPLÔME DÉLIVRÉ

Mastère Spécialisé, formation Bac+6 accréditée par la Conférence des Grandes Écoles

ORGANISATION ET FRAIS DE FORMATION

Durée : 424 heures de cours sur 12 mois à raison de 2 vendredis-samedis par mois + 2 semaines de regroupement

Lieu : campus ESSCA Paris

Rentrée : janvier de chaque année

Frais de formation : 13 000 € net

CONDITIONS D'ADMISSION

Les candidats doivent justifier de l'un des titres suivants :

- Bac+4/5
- Bac+3 et 3 années d'expérience professionnelle

Sélection sur dossier de candidature et entretien de motivation



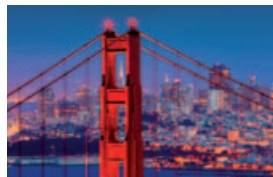
Contact campus Paris

Lidia de MOURA

lidia.demoura@essca.fr

Tél. : 01 41 86 04 80

executive.essca.fr



LES + DU PROGRAMME

- Learning Expedition à l'international
- Conférences régulières de l'Institut du marketing digital

PROGRAMME

SEMESTRE 1 : TRONC COMMUN

SÉMINAIRE INTRODUCTIF

Parcours client, stratégies mobiles et social media

- Stratégies Social-Local-Mobile
- Stratégies expérientielles on et offline
- Omni-commerce et distribution crosscanal

Marketing digital, objets connectés et Big Data

- Les 7 leviers webmarketing
- Internet of Things, big data, stratégies de data-driven et techniques de data-visualisation
- Blockchain, Inbound Marketing et Social Selling

Business models digitaux et innovation

- Droit du digital : ébauches et applications
- Typologies des business models digitaux selon les organisations
- Innovation et techniques créatives (persona, Design Thinking...)

Learning Expedition

SEMESTRE 2 : DEUX SPÉCIALISATIONS AU CHOIX

1) SPÉCIALISATION TRANSFORMATION DIGITALE DE L'ENTREPRISE

Brand Strategy in a Digital World

- B2B & B2C Strategies
- Creating a Brand Platform
- International Brand Strategy
- Storytelling et marque 360°

Transformation digitale et management du changement

- Manager dans l'incertitude et émergence des organisations agiles
- Intelligence économique au service de la marque
- Change Management et management de projets agiles
- La transformation digitale multidimensionnelle

2) SPÉCIALISATION BUSINESS DÉVELOPPEMENT

Maîtrise des capacités digitales et e-commerce

- Développer une plateforme digitale optimisée
- Construction du catalogue produits/services
- E-paiement et e-logistique

Stratégies de business développement

- Stratégie et plan d'action commerciale online/offline
- Se positionner en business développeur
- Création de valeur partenariale
- Accompagnement de la croissance du business digital

Mission en entreprise

Thèse professionnelle, conférences et accès au campus virtuel

BADGE MANAGER DE LA DISTRIBUTION ET DES SERVICES AUTOMOBILES

EN PARTENARIAT AVEC



PUBLIC

Professionnels du secteur souhaitant accéder à des postes de cadres ou de dirigeants de la distribution automobile.

CERTIFICATION DÉLIVRÉE

BADGE *Manager de la distribution et des services automobiles* ESSCA - GNFA labellisé par la Conférence des Grandes Écoles

Formation inscrite au Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP), niveau I, éligible CPF

ORGANISATION ET FRAIS DE FORMATION

Durée : 30 jours sur 16 mois

Lieu : campus ESSCA Paris

Frais de formation : 10 500 € net

CONDITIONS D'ADMISSION

Les candidats doivent justifier de l'un des titres suivants :

- Bac et expérience professionnelle d'au moins 5 années
- Bac+2 et expérience professionnelle d'au moins 3 années
- Bac+3/4/5

Sélection sur dossier de candidature et entretien

OBJECTIFS

- Savoir décider dans un environnement complexe
- Construire et déployer efficacement la stratégie d'entreprise en intégrant les contraintes juridiques, commerciales, financières et humaines
- Manager les hommes et piloter les activités VN, VO, pièces, après-vente et gestion/finance

PROGRAMME

Module 1 - Stratégie

Module 2 - Commerce et marketing

Module 3 - Gestion financière

Module 4 - Gestion Ressources Humaines

Mémoire professionnel



Contact

Valérie POSTEL

valerie.postel@essca.fr - Tél. : 02 41 73 47 62
executive.essca.fr

CONSTRUISONS VOTRE BADGE SUR MESURE

L'ESSCA peut construire avec vous une offre de formation exclusive, 100 % adaptée à vos besoins.

Exemple du BADGE *Développement managérial* ESSCA-ENEDIS Île-de-France :

L'ESSCA et la Direction Inter-régionale Île-de-France d'ENEDIS ont conçu ensemble le BADGE *Développement managérial* avec la volonté commune de participer au développement et à la montée en compétence du personnel de l'entreprise. Cette formation à temps partiel accompagne principalement la promotion des salariés du collège maîtrise vers le collège cadre et facilite la prise de poste des cadres récemment promus.

Témoignage

CATHERINE QUEVRAIN

Directrice Ressources Humaines ERDF Île-de-France



La formation BADGE *Développement managérial* permet à des salariés du collège maîtrise d'acquérir ou de conforter les compétences essentielles à leur évolution vers une fonction de cadre. Au-delà des compétences acquises, elle leur permet de prendre de la hauteur et de développer une plus grande ouverture d'esprit. Il s'agit d'une formation exigeante et de qualité qui mêle la théorie à des cas concrets issus du quotidien des participants, des enseignants de l'école et des professionnels de l'entreprise.



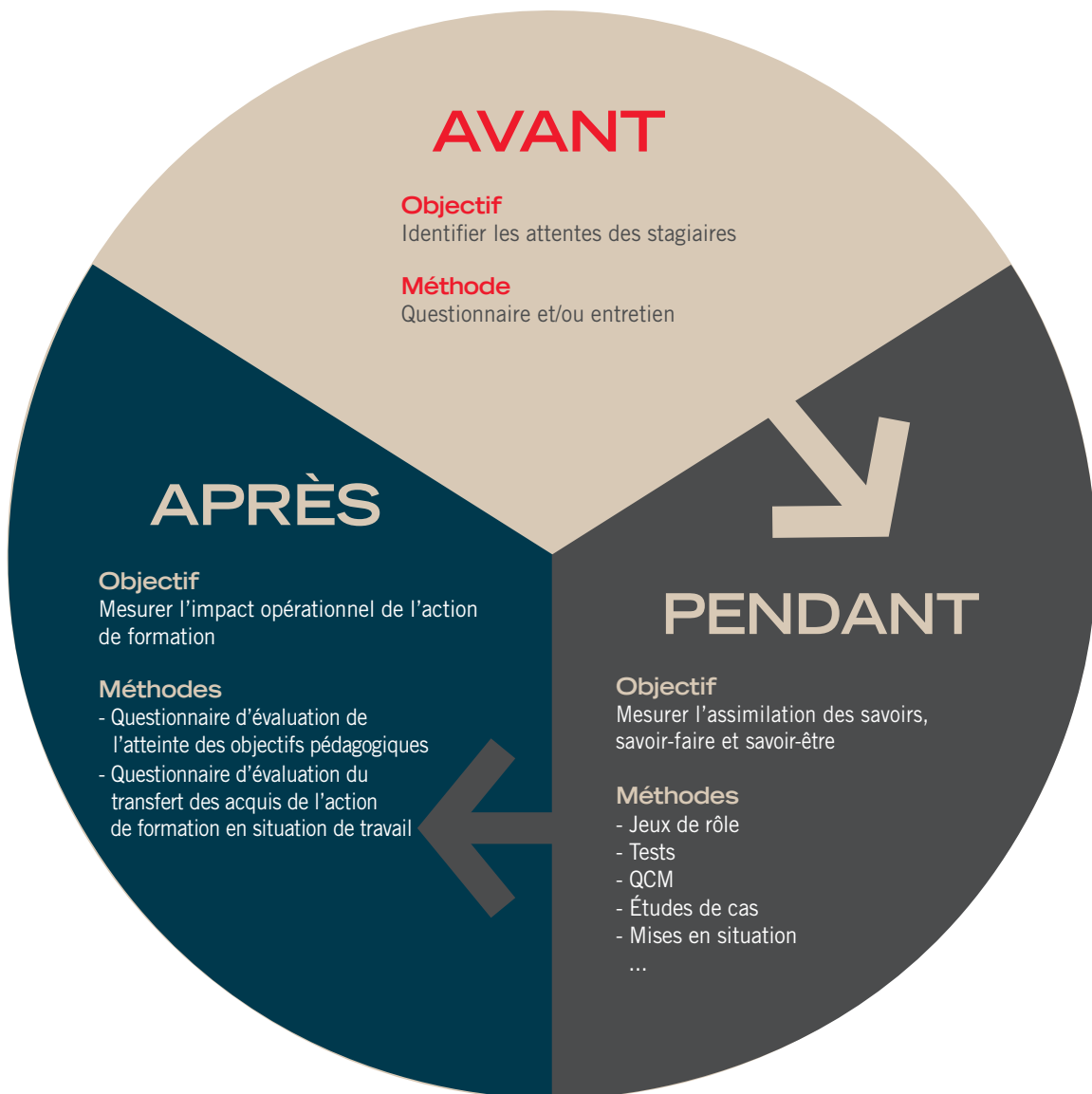


02

LA DÉMARCHE
ESSCA

NOS ENGAGEMENTS D'ACCOMPAGNEMENT ET D'ÉVALUATION DE L'ACTION DE FORMATION

Chaque parcours de formation sur mesure repose sur une démarche qualité visant à assurer qu'il apporte une réponse adaptée au contexte et aux problématiques de chaque participant.



Notre mission est de vous accompagner dans la réalisation de vos projets de formation. Pour y parvenir, nous mettons à votre disposition tout le savoir-faire de notre équipe pédagogique, ainsi que l'expertise de nos intervenants.

La pédagogie active est au cœur de nos dispositifs. Elle permet une application immédiate en environnement professionnel des nouvelles compétences développées par les participants.

Nous vous guidons avant, pendant et après l'intervention, afin de vous garantir les solutions de formation les plus adaptées à vos attentes.

Nous nous concentrons sur des dispositifs dynamiques, collaboratifs et innovants, faisant la part belle à la créativité : MOOC, ateliers de co-working, co-développement, coaching, parcours sur mesure, théâtre, méthode agile, Mind Mapping, Learning Expeditions, etc.

ACCOMPAGNEMENT INDIVIDUEL

1

EXPRESSION DU BESOIN D'ACCOMPAGNEMENT

2

ANALYSE DU BESOIN D'ACCOMPAGNEMENT ET CHOIX DU CONSULTANT

Le consultant ESSCA est validé par le collaborateur accompagné et son N+1

3

RÉUNION TRIPARTITE

Consultant ESSCA + collaborateur accompagné et son N+1

- Expression des attentes
- Ciblage des objectifs
- Précision des indicateurs d'atteinte d'objectifs
- Nombre de séances nécessaires (de 3 à 10 en fonction du format choisi)

4

CONTRAT TRIPARTITE

- Engagement de moyens de la part du consultant
- Engagement d'implication personnelle de la part du collaborateur accompagné

5

SÉANCES D'ACCOMPAGNEMENT INDIVIDUEL

- Les séances peuvent s'organiser sur des créneaux de 2, 3 ou 4 heures
- Rythme mensuel ou bimensuel
- Les objectifs opérationnels sont reprécisés à chaque début de séance

6

RÉUNION TRIPARTITE : BILAN INTERMÉDIAIRE

SÉANCE DE SUIVI INDIVIDUEL

Exemples de missions récentes



Accompagnement d'un directeur commercial

Appréhender et développer des outils afin de renforcer ses compétences managériales et son leadership.

Accompagnement d'un entrepreneur dans le cadre du développement de son activité

Apporter les outils nécessaires au développement d'une démarche commerciale dans le cadre d'un projet entrepreneurial.

Accompagnement d'un cadre dans l'acquisition de nouvelles compétences digitales

Appréhender des compétences liées au marketing digital pour répondre aux nouvelles exigences de son marché.

ESSCA
EXECUTIVE CERTIFICATES

Les parcours ESSCA Executive Certificates

La certification est un dispositif par lequel ESSCA Executive Education atteste de la maîtrise de nouvelles compétences.

L'ESSCA vous propose un large éventail de programmes certifiants, ESSCA Executive Certificates, dans les domaines du management, de la performance commerciale, du marketing digital et de la transmission des savoirs dans l'entreprise.

Les méthodes pédagogiques employées sont adaptées aux contraintes de l'activité professionnelle. Les participants rejoignent un des campus de l'ESSCA deux jours par mois sur une période de 6 mois avec un suivi à distance durant les intersessions.

Ces parcours de 12 jours orientés « formation - action » sont animés par des formateurs professionnels, experts du domaine. Ils ont vocation à être directement opérationnels.

En fin de cycle, chaque participant présente un plan d'action devant un jury qualifié, dans le cadre de l'obtention de la certification.

ESSCA EXECUTIVE CERTIFICATE EXPERT DIGITAL

> Accélérez votre business développement grâce au digital

OBJECTIFS

- Être capable de construire une stratégie digitale pour développer son business et son chiffre d'affaires
- Savoir utiliser le digital comme outil d'acquisition et de fidélisation client
- Apprendre à piloter son identité numérique/l'identité numérique de sa marque sur les réseaux sociaux

PROGRAMME

Module 1 - Les enjeux du marketing digital

- Introduction au web des réseaux sociaux : les tendances qui redéfinissent le web
- Le marketing P2P
- Le marketing mobile
- La relation client sur Internet
- Le référencement

Module 2 - Construire et mettre en œuvre une stratégie marketing digital

- Stratégie digitale : Internet et médias sociaux
- Le plan marketing digital : optimiser et piloter sa présence sur les médias sociaux
- Déployer une stratégie digitale : contenus et propagation, moteurs de recherche
- Mesurer la performance de sa stratégie digitale : les outils de monitoring

Jury de certification

PUBLIC

Tout collaborateur ou créateur d'entreprise souhaitant maîtriser les bases opérationnelles du marketing digital, chefs de produit, responsables et directeurs commerciaux, chefs de marque, chefs de projet, directeurs et responsables communication, consultants en marketing, etc.

FORMAT

12 jours répartis sur 4 à 6 mois

LIEU

Campus ESSCA, Angers ou Paris

Prochaines sessions : nous consulter

Devis sur demande en intra entreprises

+ D'INFOS

executive.essca.fr



ESSCA EXECUTIVE CERTIFICATE MANAGER COMMERCIAL

> Renforcez votre expertise en stratégie commerciale et management d'équipe

OBJECTIFS

- Savoir élaborer une stratégie de business développement efficace et génératrice de valeur
- Renforcer sa capacité à convaincre et à gagner des comptes stratégiques et décisifs
- Développer sa capacité à piloter et à animer la performance d'une équipe commerciale
- Se positionner comme un leader rassurant
- Apprendre à développer sa créativité et celle de son équipe

PROGRAMME

Module 1 - Définir sa stratégie de développement et optimiser son positionnement

- Maîtriser les outils de la réflexion stratégique et marketing/vente
- Analyser son portefeuille d'activité et définir son positionnement
- Intégrer le digital à sa stratégie de croissance

Module 2 - Mener une stratégie commerciale gagnante, impliquer son équipe dans cette dynamique

- Conquérir et développer des comptes clés
- Gérer un processus de vente complexe
- Accompagner son équipe commerciale dans un processus de vente

Module 3 - Renforcer son leadership commercial et managérial

- Maîtriser les techniques de communication en situation de négociation commerciale et de management d'équipes commerciales
- Piloter et animer la performance d'une équipe commerciale
- Développer sa créativité et celle de son équipe

Jury de certification

PUBLIC

Responsables commerciaux, chefs des ventes, responsables grands comptes, ingénieurs d'affaires, Key Account Managers, responsables de secteur, directeurs commerciaux, etc.

FORMAT

12 jours répartis sur 4 à 6 mois

LIEU

Campus ESSCA, Angers ou Paris

Prochaines sessions : nous consulter

Devis sur demande en intra entreprises

+ D'INFOS

executive.essca.fr



ESSCA EXECUTIVE CERTIFICATE MANAGER LEADER

> Créez une dynamique collective, impulsez le changement, affirmez votre leadership

OBJECTIFS

- Appréhender une nouvelle vision du management
- Conduire le changement en environnement complexe
- Affirmer son leadership pour un collectif plus performant
- Savoir mobiliser ses capacités relationnelles et managériales pour conduire son équipe vers la performance

PROGRAMME

Module 1 - Le manager moteur d'une équipe : leadership et charisme

- Favoriser la coopération grâce au MBTI
- Créativité et innovation, les nouveaux enjeux du manager
- Renforcer son leadership et son charisme
- Journée Team-Building : expérience collaborative interactive

Module 2 - Le manager performant au quotidien

- Le manager coach : développer les talents de son équipe
- Manager ses équipes dans le cadre d'un projet
- Prévenir et gérer les conflits, négocier les situations difficiles
- Conduire efficacement le changement et faire adhérer son équipe

Jury de certification

PUBLIC

Managers confirmés

FORMAT

12 jours répartis sur 4 à 6 mois

LIEU

Campus ESSCA, Angers ou Paris

Prochaines sessions : nous consulter

Devis sur demande en intra entreprises

+ D'INFOS

executive.essca.fr



ESSCA EXECUTIVE CERTIFICATE MANAGER OPÉRATIONNEL

> Maîtrisez les compétences clés du manager

OBJECTIFS

- Maîtriser les outils clés permettant au manager de structurer ses équipes et de développer l'implication et l'autonomie de ses collaborateurs
- Rendre son équipe plus performante individuellement et collectivement
- Développer de nouvelles approches managériales
- Développer une communication performante adaptée au contexte managérial

PROGRAMME

Module 1 - La fonction managériale : rôle et missions

- Le manager et les enjeux de l'organisation
- Les fonctions clés du manager
- Piloter et animer l'activité
- Intégrer dans son management les principes fondamentaux du droit social

Module 2 - La communication du manager : méthodes et outils pour la performance

- La communication du manager : leadership et gestion des conflits
- Réussir les entretiens de face-à-face, animer des réunions participatives
- Se projeter dans la fonction managériale : le manager agile
- Favoriser la créativité et l'innovation au sein de ses équipes

Jury de certification

PUBLIC

Managers juniors, futurs managers, animateurs d'équipe

FORMAT

12 jours répartis sur 4 à 6 mois

LIEU

Campus ESSCA, Angers ou Paris

Prochaines sessions : nous consulter

Devis sur demande en intra entreprises

+ D'INFOS

executive.essca.fr



**CYCLE PROPOSÉ EN
ACCOMPAGNEMENT
INDIVIDUEL**
NOUS CONSULTER

ESSCA EXECUTIVE CERTIFICATE INGÉNIEUR D'AFFAIRES

> Accélérez votre réussite dans la fonction commerciale

OBJECTIFS

- Apprendre à déployer une stratégie de développement à partir d'un plan d'action commercial
- Maîtriser son processus de vente pour accroître ses résultats
- Savoir intégrer les outils du marketing digital dans son développement commercial
- Améliorer son organisation, accroître son efficacité professionnelle

PROGRAMME

Module 1 - Le plan d'action commercial : être concret et efficace dans sa réalisation

- Analyser son marché : opportunités et menaces de l'environnement
- Agir à partir d'un plan d'action commercial
- Définir un plan de progrès commercial

Module 2 - Devenir un business développeur

- Connaître les bases de la gestion d'affaires
- Comprendre le déroulement d'une avant-vente
- Optimiser ses communications orales et écrites
- Gérer un processus d'affaire

Module 3 - Développer ses techniques de négociation

- Connaître et repérer les différents profils-clients
- Défendre son prix, sa marge
- Maîtriser les situations complexes

Module 4 - Se différencier : les facteurs clés du succès

- Organisation professionnelle et développement commercial
- Les réseaux sociaux, un levier de croissance
- Créativité et énergie : faire durablement la différence

Jury de certification

PUBLIC

Tout collaborateur impliqué dans un circuit de vente, commerciaux débutants, attachés commerciaux, chargés d'affaires, etc.

FORMAT

12 jours répartis sur 4 à 6 mois

LIEU

Campus ESSCA, Angers ou Paris

P rochaines sessions : nous consulter

Devis sur demande en intra entreprises

+ D'INFOS

executive.essca.fr



ESSCA EXECUTIVE CERTIFICATE MANAGER DE PROJETS

> Accélérez votre réussite dans la fonction commerciale

OBJECTIFS

- Acquérir la méthodologie du travail en mode projet
- Structurer et formaliser le travail de l'équipe projet
- Gérer les aléas et évaluer le projet et ses résultats
- Créer de la cohésion au sein d'une équipe pluridisciplinaire

PROGRAMME

- Acquérir un vocabulaire commun lié au mode projet
- Constituer une équipe projet
- Élaborer et démarrer le projet
- Décomposer et planifier le projet
- Anticiper les risques
- Planifier le projet
- Piloter la qualité du projet
- Contrôler l'exécution du projet et gérer les aléas
- Évaluer le projet
- Capitaliser les connaissances du projet
- Communiquer autour du projet
- Convaincre des bénéfices du partage des savoir et savoir-être
- Manager l'équipe projet
- Conduire le changement
- Exercer le rôle d'auditeur interne
- Réaliser l'audit
- Découvrir les méthodes agiles : le modèle SCRUM
- La méthode SCRUM : Planification continue et ajustement permanent

Jury de certification

PUBLIC

Tout collaborateur impliqué dans un circuit de vente, commerciaux débutants, attachés commerciaux, chargés d'affaires, etc.

FORMAT

12 jours répartis sur 4 à 6 mois

LIEU

Campus ESSCA, Angers ou Paris

Prochaines sessions : nous consulter

Devis sur demande en intra entreprises

+ D'INFOS

executive.essca.fr

ESSCA EXECUTIVE CERTIFICATE REVENUE MANAGER

> Maîtrisez les compétences clés du Revenue Management

OBJECTIFS

- Doter son entreprise d'un outil d'aide à la prise de décision et à la fixation des prix
- Mesurer la performance de son entreprise dans l'un des secteurs suivants : hôtellerie, transports, location de véhicules, spectacles...
- Prévoir la demande et optimiser les ventes
- Mettre en place une fonction Revenue Management dans votre entreprise

PROGRAMME

Module 1 - Le Revenue Management d'hier et d'aujourd'hui

- Le Revenue Management depuis son émergence à aujourd'hui
- Le RMS (Revenue Management System) et Data Base
- Le Revenue Management dans un environnement hôtelier

Module 2 - Revenue Management et spécificités sectorielles

- Parc d'attraction
- Transport ferroviaire
- Transport aérien
- Location de véhicule
- Régie publicitaire
- Club de vacances
- Hôtellerie de plein air

Module 3 - Le Revenue Management de demain

- Le Revenue Management dans un environnement culturel

PUBLIC

Tout public

FORMAT

12 jours répartis sur 4 à 6 mois

LIEU

Campus ESSCA, Angers ou Paris

Prochaines sessions : nous consulter

Devis sur demande en intra entreprises

+ D'INFOS

executive.essca.fr

04

FORMATIONS **SUR MESURE**

LE SUR-MESURE
ESSCA EXECUTIVE EDUCATION

Avec l'ESSCA, c'est vous qui choisissez

Les programmes courts ESSCA Executive Education sont tous adaptables à votre problématique d'entreprise et à vos objectifs de formation. Votre interlocuteur ESSCA vous accompagne de A à Z dans votre projet, depuis l'analyse du besoin jusqu'au bilan de la formation. Il sélectionne le formateur, adapte le programme et veille au bon déroulement de l'action de formation.



COMPÉTENCES TRANSVERSALES

Développement personnel

Une bonne connaissance de soi alliée à une meilleure communication facilitent les relations professionnelles et favorisent la performance dans l'entreprise.

Organisation professionnelle, intrapreneuriat, prise de parole en public, gestion des conflits... L'ESSCA vous donne les clés pour mieux vous situer par rapport aux enjeux de votre organisation et pour améliorer votre capacité à convaincre.

DÉVELOPPER SON LEADERSHIP ET SON CHARISME

> Renforcer ses compétences relationnelles et managériales

OBJECTIFS

- Repérer les caractéristiques du leader
- Reconnaître son potentiel de leader
- Se positionner : connaître et utiliser les leviers du leadership
- Développer son charisme

PROGRAMME

Jour 1

- Construire une vision inspirante
- Définir le sens profond de son engagement et de son action
- Transformer sa vision en projets concrets et réalisables
- Formaliser une vision ambitieuse sur des sujets pertinents
- Rester garant de l'équilibre individuel et collectif

Jour 2

- Communiquer efficacement en tant que leader
- Adhérer à une vision holistique d'une communication convaincante (cœur, corps, cerveau)
- Manier habilement toutes les formes de langage pour s'affirmer
- Gérer son énergie physique dans le temps pour conserver la mobilisation de ses équipes
- Aligner ses ressources individuelles comme des forces pour agir vite et bien

PUBLIC

- Dirigeants ou futurs dirigeants
- Managers expérimentés

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Une approche 360° du leadership
- > Les techniques de l'acteur et les outils du théâtre pour incarner son leadership
- > Des techniques pratiques pour prendre de la hauteur sur son activité et celle de son équipe

DEVENIR UN COLLABORATEUR INTRAPRENEUR

> Gérer ses projets avec ambition

OBJECTIFS

- Découvrir son potentiel d'intrapreneur
- Gérer ses projets avec ambition, précision et réalisme
- Mieux se connaître pour communiquer efficacement
- Négocier l'adhésion à son projet

PROGRAMME

Jour 1

- Connaître les fondements et enjeux de l'intrapreneuriat
- Concevoir son projet
- Développer ses motivations et ses croyances : les 3 forces d'état d'esprit de l'intrapreneur
- Garantir l'adéquation entre ses objectifs, ses talents et les besoins de son entreprise
- Soutenir le « CARE » de l'intrapreneur : Conviction - Atouts - Rigueur - Énergie

Jour 2

- Garantir la clarté de son projet pour le rendre attractif
- Savoir répondre à une critique, une objection, un refus
- Maîtriser l'évolution de ses ressources (moyens matériels, timing) et de ses outils de contrôle
- Mesurer le ROI (retour sur investissement) de son projet pour l'entreprise

PUBLIC

Tout collaborateur désirant développer son engagement et innover dans l'entreprise

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Positionner l'intrapreneuriat comme un outil puissant pour favoriser l'engagement et l'innovation
- > Chaque participant travaille de manière concrète à partir de sa situation
- > Des mises en situation pour expérimenter les outils pratiques apportés

ANTICIPER ET GÉRER LES CONFLITS

> Maintenir la cohésion d'équipe en proposant des issues positives

OBJECTIFS

- Trouver la juste posture vis à vis de ses interlocuteurs ou des protagonistes et renforcer sa crédibilité auprès des différents acteurs en présence
- Repérer les personnalités difficiles et être en capacité de gérer les attitudes négatives
- Développer un comportement assertif

PROGRAMME

- Détecter les signes et comportements annonciateurs de conflits
- Identifier dans sa propre communication verbale et non verbale les éléments potentiels menant au conflit
- Gérer ses émotions en situation de crise pour anticiper l'escalade
- Développer des attitudes positives pour sortir du blocage

PUBLIC

Tous publics

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Une vision 360° du conflit
- > Chaque participant travaille de manière concrète à partir de cas concrets
- > Jeux de rôle et mises en situation

COMMUNIQUER AVEC EFFICACITÉ EN CONTEXTE PROFESSIONNEL

> Acquérir les outils d'une communication réussie

OBJECTIFS

- Développer des relations professionnelles positives et efficaces
- Adapter son comportement aux situations professionnelles rencontrées
- Acquérir les outils d'une communication professionnelle pertinente et impactante

PROGRAMME

Jour 1

- Les différents moyens d'expression
- Le processus de la communication
- Les particularités des relations humaines dans le contexte professionnel
- Recevoir et transmettre en favorisant l'information ascendante et descendante

Jour 2

- Comprendre et gérer les différents types de conflit et leurs mécanismes
- Développer une stratégie positive d'accueil et de gestion des critiques
- Utiliser la communication non violente pour une issue « gagnant-gagnant »

PUBLIC

Tous publics

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Mise en situation : expérimentation des comportements et stratégies les mieux adaptés en cas d'agressivité, de manipulation, d'évitement
- > Autodiagnostic : son comportement face à un conflit
- > Nombreux outils pratiques

COMMUNIQUER ET CONVAINCRE EN PUBLIC

> Renforcer l'impact de sa prise de parole

OBJECTIFS

- Développer ses qualités d'écoute et d'adaptation
- S'exprimer avec plus d'aisance devant un groupe
- Animer avec chaleur et conviction pour dynamiser son auditoire

PROGRAMME

Jour 1

- Identifier son style de communication verbale et non verbale
- Développer présence et aisance
- Gérer ses émotions pour s'exprimer clairement et efficacement

Jour 2

- Préparer la prise de parole et l'architecture du propos
- Conclure de manière synthétique, percutante et constructive
- Argumenter et rebondir sur les objections

PUBLIC

- Managers
- Équipes opérationnelles

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Une méthode originale, active, qui s'inspire de l'outil théâtral et plus particulièrement des techniques d'acteur
- > Jeux de rôles

OSER S'AFFIRMER POUR MIEUX INTERAGIR

> S'affirmer pour développer des relations professionnelles efficaces

OBJECTIFS

- Développer la confiance en soi dans sa relation aux autres et l'expression de sa personnalité
- Affirmer ses idées et défendre ses points de vue en situation relationnelle difficile sans agressivité ou manipulation
- Renforcer son potentiel de communication personnelle et interpersonnelle

PROGRAMME

Jour 1

- Analyser sa capacité à s'affirmer
- Déterminer son style relationnel
- Pratiquer l'écoute active

Jour 2

- Faire preuve d'empathie
- Développer son assertivité
- Créer un climat de confiance

PUBLIC

- Managers
- Équipes opérationnelles

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Une méthode originale, active, qui s'inspire de l'outil théâtral et plus particulièrement des techniques d'acteur
- > Jeux de rôles

CONDUIRE EFFICACEMENT DES RÉUNIONS

> Développer une approche fédératrice qui favorise la prise de décision

OBJECTIFS

- Savoir fédérer les acteurs d'une réunion
- Élaborer une communication percutante face à un groupe
- Rester garant des processus et objectifs de la réunion
- Savoir mobiliser la réactivité des participants

PROGRAMME

Jour 1

- Structurer le déroulé de sa réunion : objectifs, ordre du jour, séquençement, conclusion, résultats
- Déterminer les critères d'évaluation d'efficacité d'une réunion
- Prendre la parole en public et s'affirmer en tant qu'animateur de réunion
- Déterminer son rôle en tant qu'animateur et son style d'animation

Jour 2

- Lancer une réunion avec habileté et efficacité
- Libérer la parole des participants et s'adapter à eux
- Faire émerger la créativité du groupe
- Gérer les comportements déviants

PUBLIC

Tout collaborateur amené à animer des réunions

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Construire un ordre du jour avec le Mind Mapping
- > Envisager la conduite de réunions et d'entretiens en mode projet



COMPÉTENCES TRANSVERSALES

Management et leadership

Consultez aussi
nos parcours
ESSCA
Executive Certificates :

- Manager leader, p. 18
- Manager opérationnel, p. 19

Manager et motiver ses équipes, affirmer son leadership, conduire une équipe projet, accompagner ses collaborateurs dans le changement... Nos formations en management apportent une réponse aux problématiques les plus sensibles et vous aident à prendre de la hauteur afin d'engager vos collaborateurs vers une performance durable.

L'ESSCA vous propose des outils opérationnels pour renforcer le rôle du manager dans la motivation, le bien-être et l'implication de ses collaborateurs : Design Thinking, agilité managériale, Mind Mapping, méthode Scrum, etc.

DEVENIR UN MANAGER AGILE

> Repenser le management au quotidien

OBJECTIFS

- Découvrir les méthodes agiles
- Apprendre à mettre en œuvre les pratiques agiles comme une nouvelle approche managériale
- S'approprier des outils d'amélioration continue et savoir diffuser une dynamique d'amélioration collaborative au sein de son équipe
- Découvrir et expérimenter comment l'agilité contribue au succès des projets via davantage de communication, de réactivité et de responsabilisation des différents acteurs

PROGRAMME

Jour 1

- Les méthodes agiles : origines, fondements, valeurs
- L'agilité, des projets aux organisations : le principe de *Serve Management*
- La mise en œuvre opérationnelle des pratiques agiles pour les managers : Stand-up quotidien, management visuel
- Gagner en efficacité et en convivialité avec le Speed Meeting, le Mind Mapping et de nouvelles pratiques d'animation de réunions de service

Jour 2

- Découverte et expérimentation de techniques de rétrospectives
- Les leviers psychologiques en jeu lors des rétrospectives
- Outils pour améliorer son savoir-être de manager : écoute active et communication non violente

Jour 3

- Raisons d'échec des projets liés à l'humain
- Pratiques agiles pour réussir son lancement de projet : définir le rôle de chacun, partager la vision du projet, planifier et fédérer autour des différentes étapes du projet
- Pratiques agiles lors de la vie du projet (management visuel, démo, rétro, etc.)

PUBLIC

Managers

DURÉE

3 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Une approche du management novatrice et efficace
- > L'expérimentation des pratiques agiles par le jeu pour une meilleure compréhension et appropriation
- > Des outils directement opérationnels

Pourquoi l'agilité managériale ?

De nouvelles pratiques managériales et collaboratives issues de l'agilité et de la créativité amènent un profond changement dans le travail. Ces pratiques génèrent une performance accrue des organisations et contribuent à l'épanouissement des collaborateurs. Ce parcours de 3 jours propose de découvrir et de s'approprier cette approche totalement novatrice du management.

MOBILISER LE POTENTIEL CRÉATIF DE SES ÉQUIPES

> Impliquer ses équipes dans une logique d'innovation collaborative

OBJECTIFS

- Comprendre les enjeux de l'innovation
- Savoir animer une séance de créativité collaborative
- Poser la créativité comme un principe et une culture de management
- S'appuyer sur les nouveaux outils d'innovation participative

PROGRAMME

Jour 1

- Les enjeux de l'innovation dans l'entreprise
- Définir la créativité et l'innovation
- Le pilotage de l'innovation
- Les phases du processus créatif et les mécanismes du cerveau créatif

Jour 2

- Les différentes étapes d'une séance de créativité
- Préparer une séance de créativité : définir le besoin et choisir les bons acteurs
- Initier une séance de créativité
 - Les règles du jeu de la créativité
 - La présentation du sujet aux participants
 - Échauffements créatifs et brise-glace

Jour 3

- Animer une séance de créativité (1/2)
 - Techniques pour poser le sujet à traiter
 - Techniques de « purge » des idées
 - Techniques pour produire des idées nouvelles
- Animer une séance de créativité (2/2)
 - La posture de l'animateur-facilitateur
 - Trier les idées et les transformer en solutions
 - Les nouveaux outils de l'innovation participative : laboratoires d'idées, RSE, etc.

PUBLIC

- Managers
- Chargés d'innovation
- Responsables marketing
- Entrepreneurs

DURÉE

3 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Des mises en situation et des expérimentations
- > Des retours d'expériences
- > La possibilité de travailler sur un cas concret

Pourquoi mobiliser la créativité de vos collaborateurs ?

Pour laisser chacun dépasser ses limites et ainsi favoriser les idées et le développement de solutions nouvelles.

En apportant à vos collaborateurs des outils et des méthodes pour développer la créativité, vous favorisez le dynamisme, l'innovation et enrichissez les rapports humains au sein de l'entreprise.

DEVENIR UN MANAGER COACH

> Adopter une posture de coach dans ses actes de management

OBJECTIFS

- Intégrer dans sa pratique professionnelle les outils et les processus du coaching
- Faciliter la conduite du changement et la gestion des situations difficiles
- Renforcer la cohésion de son équipe pour développer la performance collective

PROGRAMME

Jour 1

- Se connaître en tant que manager
- Prendre conscience des spécificités de la posture de manager coach
- Définir les caractéristiques d'une relation de coaching
- Appréhender les principaux outils de coaching

Jour 2

- Explorer la situation-problème avec l'outil SCORE
- Développer la lecture systémique des situations de coaching
- Aider l'équipe à trouver sa propre énergie et s'auto-motiver
- Optimiser l'intelligence et la performance collective
- Faire face aux situations délicates et accompagner le changement

PUBLIC

- Managers
- Responsables d'équipe

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Des jeux de rôles et des mises en situation pour aider le participant à prendre conscience de son mode de communication et de ses axes personnels d'amélioration

MANAGER À DISTANCE

> Adapter son management pour maintenir la cohésion d'équipe

OBJECTIFS

- Savoir manager une équipe à distance, en trouvant sa juste place
- Responsabiliser ses collaborateurs
- Savoir mobiliser les outils facilitant le management à distance

PROGRAMME

Jour 1

- Repérer les spécificités du management à distance sur les dimensions d'organisation et de communication
- Identifier les attentes des collaborateurs
- Clarifier les missions et les règles du jeu

Jour 2

- Mettre en œuvre les bonnes pratiques agiles du management à distance :
 - Stand-up Meeting
 - Outils de management visuel à distance
 - Environnement responsabilisant
 - Partage de la vision d'équipe pour amener l'engagement des collaborateurs
- Être présent à distance (donner du feedback, apporter son soutien...)
- Mieux communiquer à distance

PUBLIC

Managers pilotant des équipes distantes

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Une approche novatrice, issue des bonnes pratiques des méthodes agiles
- > Des outils directement opérationnels et simples à mettre en œuvre



MANAGER ET MOTIVER SES ÉQUIPES - NIVEAU 1

> Réussir sa prise de fonction managériale

OBJECTIFS

- Acquérir les fondamentaux du management
- Développer ses capacités managériales par l'exemple
- Analyser son propre style de management

PROGRAMME

Jour 1

- La fonction du manager, ses principales activités
- Découvrir son style de management
- Être manager au quotidien : les outils d'organisation et de suivi

Jour 2

- Renforcer le sens des rapports humains
- Développer une communication efficace
- Les outils du manager communicant

PUBLIC

- Managers
- Responsables d'équipe

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

> Les apports conceptuels sont facilités par la réalisation d'exercices ludiques et concrets à fort caractère participatif et issus de la pratique des participants

MANAGER ET MOTIVER SES ÉQUIPES - NIVEAU 2

> Renforcer ses compétences relationnelles et managériales

OBJECTIFS

- Créer et maintenir une synergie entre les membres de l'équipe
- Aboutir à une motivation d'équipe et au partenariat de chacun
- Savoir piloter son équipe vers l'atteinte de résultats

PROGRAMME

Jour 1

- Motivation, démotivation : causes et symptômes
- Affirmer sereinement son leadership
- Construire la cohésion et donner du sens

Jour 2

- Analyser et renforcer le fonctionnement du groupe
- Étudier les différents types de conflits
- Anticiper les conflits et les modalités d'intervention

PUBLIC

- Managers
- Responsables d'équipe

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

> À travers des jeux de rôles et des mises en situation, le participant prend conscience de son mode de communication et de ses axes personnels d'amélioration

OPTIMISER LA COHÉSION ET L'EFFICACITÉ DE SES ÉQUIPES

> Insuffler un état d'esprit collaboratif

OBJECTIFS

- Savoir inscrire son équipe dans un état d'esprit de collaboration et d'entraide
- S'approprier des outils issus des méthodes agiles, pour améliorer la cohésion et la performance de son équipe
- Comprendre plus en profondeur les leviers en jeu

PROGRAMME

Jour 1

- Origines et fondements de l'agilité
- Construire une équipe et insuffler un état d'esprit agile
- Atelier(s) ludique(s) de cohésion d'équipe pour impulser un changement d'état d'esprit

Jour 2

- Le Stand-up Meeting pour synchroniser son équipe
- Le Speed Meeting pour un reporting bilatéral et efficace
- Les rétrospectives pour renforcer la cohésion d'équipe et s'inscrire dans une démarche d'amélioration continue
- Aborder de nouvelles approches pour l'animation de réunions

PUBLIC

Managers

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Une approche novatrice, issue des bonnes pratiques des méthodes agiles
- > L'agilité pour agir sur les leviers humains de la performance

MANAGER UN PROJET

> Méthodes et outils pour manager le projet et les équipes

OBJECTIFS

- Acquérir la méthode et les outils du management de projet
- Conduire et animer une équipe projet
- Mener un projet dans le cadre d'une animation d'équipe transverse

PROGRAMME

Jour 1

- L'efficacité d'une organisation « Projets »
- L'environnement et la méthodologie d'un projet
- Scrum Project : méthode agile de gestion de projet

Jour 2

- Manager en mode projet : les postures, le rôle et la communication du chef de projet
- Accompagner et stimuler l'équipe
- Choisir entre les différentes méthodes de gestion de projet

PUBLIC

- Managers
- Chefs de projet
- Collaborateurs d'équipe projet

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > La formation combine les travaux en groupe et la formalisation sur des points clés du management de projet
- > Travail à partir de la méthode Scrum

MANAGEMENT TRANSVERSAL

> Méthodes et outils du management non-hiérarchique

OBJECTIFS

- Comprendre les caractéristiques du management transversal
- Savoir se positionner
- Assurer la coordination et la coopération, sans lien hiérarchique

PROGRAMME

Jour 1

- Clarifier la mission avec sa hiérarchie
- Trouver sa place en tant que manager transversal
- Savoir partager la vision pour fédérer : l'apport des pratiques agiles
- Créer un climat de confiance et un état d'esprit collaboratif
- S'inscrire dans une approche de Serve Management (management au service de l'équipe)

Jour 2

- Développer son influence pour mobiliser sans autorité hiérarchique
- Savoir utiliser des modes de coordination adaptés, issus de l'agilité : Stand-up Meeting, rétrospectives...
- Gérer les situations difficiles

PUBLIC

- Managers
- Collaborateurs d'équipe

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Des pratiques issues des méthodes agiles pour faciliter son rôle de manager transversal
- > Des apports tant dans le savoir-faire que dans le savoir-être

ACCOMPAGNER SON ÉQUIPE DANS LE CHANGEMENT

> Donner du sens et impliquer ses collaborateurs

OBJECTIFS

- Connaître les outils et comportements pour accompagner le changement
- Apprendre à partager la vision
- Fédérer autour d'un projet ou d'une idée

PROGRAMME

Jour 1

- Pourquoi faire de la conduite du changement ?
- Comment faire de la conduite du changement ?
- Le diagnostic du changement
- Donner du sens et partager la vision : les apports de l'agilité
- Rendre le changement participatif et fédérer

Jour 2

- La communication dans les projets de changement
- Gestion des hommes et des résistances
- Écoute active et communication non violente
- Piloter une action de conduite du changement

PUBLIC

- Managers
- Accompagnateurs du changement
- Chefs de projet

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Des outils et méthodes dédiés
- > Des apports dans le savoir-être avec expérimentations pratiques

MANAGER EN ENVIRONNEMENT INTERCULTUREL

> Mobiliser les bons leviers pour fédérer les équipes

OBJECTIFS

- Comprendre les motivations, les valeurs et les attentes de groupes culturels différents
- Identifier les vecteurs de succès dans la communication interculturelle
- Créer des solutions de communication qui prennent en considération les facteurs interculturels et situationnels afin d'avoir un impact managérial

PROGRAMME

Le management interculturel

- Les concepts fondamentaux de la culture
- Les hypothèses, valeurs et perceptions culturelles
- Le filtre personnel des préférences culturelles
- Élaborer des stratégies de transition efficaces pour travailler entre cultures

La communication interculturelle

- Les différents styles de communication
- Les défis clés et les vecteurs de succès
- Les techniques pour créer des solutions de communication interculturelles innovantes pour profiter des avantages de la diversité

PUBLIC

Managers

DURÉE

1 jour

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Analyse de cas concrets
- > Création d'un plan de développement personnel pour la gestion de la diversité culturelle

MANAGER EN ENVIRONNEMENT INTERGÉNÉRATIONNEL

> Faire travailler ensemble

OBJECTIFS

- Comprendre les générations au travail et leurs caractéristiques
- Adopter un regard juste et prendre du recul sur les générations pour s'adapter à chacune d'entre elles
- Faire le lien entre générations et techniques managériales
- Mettre la communication au cœur de la collaboration entre générations

PROGRAMME

Le management intergénérationnel

- Définitions communes des caractéristiques des générations au travail
- Savoir détecter les ressources et les limites de chaque génération
- Déterminer les leviers managériaux des générations
- Individualiser son management en situation difficile

La communication intergénérationnelle

- Mettre en place une communication intergénérationnelle partagée
- S'engager pour la diversité intergénérationnelle

PUBLIC

Managers

DURÉE

1 jour

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Analyse de cas concrets
- > Mises en situation
- > Retours d'expériences

PRÉVENIR ET GÉRER LES RISQUES PSYCHOSOCIAUX

> Identifier les risques psychosociaux pour bâtir un plan d'action préventif

OBJECTIFS

- Se positionner comme manager face aux RPS : responsabilités et limites
- Comprendre et prendre en compte la souffrance au travail
- Choisir et adapter ses réponses managériales

PROGRAMME

- Le rôle du manager face aux RPS
- Établir son propre équilibre en tant que manager pour se prémunir des risques
- Rassurer ses équipes en actionnant les leviers de la confiance et de l'efficacité
- Individualiser son management pour accompagner un collaborateur en souffrance

Une journée complémentaire articulée autour des aspects réglementaires et du plan d'action peut être proposée.

PUBLIC

Managers

DURÉE

1 jour

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Chaque participant travaille de manière concrète à partir de sa situation ou d'études de cas
- > Des mises en situation pour expérimenter les outils pratiques apportés

LE MANAGER FACE AUX SITUATIONS DE CRISE

> Anticiper, gérer et sortir d'une crise

OBJECTIFS

- Garder son sang-froid face à la crise pour rester leader de son équipe
- Acquérir une posture qui allie fermeté et ouverture
- S'appuyer sur les participations individuelles et collectives pour décider des solutions de sortie de crise
- Engager les équipes dans l'action pour les responsabiliser

PROGRAMME

Jour 1

- Adopter une vision systémique de la crise et des interactions des acteurs en jeu
- Comprendre et expliquer la crise : « complexe » ne veut pas dire « compliqué »
- Impliquer les équipes pour passer d'un mode « problèmes » à une orientation « solutions »
- Adopter une posture d'ouverture pour accueillir les peurs et les résistances
- Mettre à plat les co-responsabilités pour faire resurgir le sens du collectif

Jour 2

- Faire appel à sa capacité de synthèse pour donner un cap à son équipe
- Négocier les solutions de sortie de crise pour reconnaître les contributions individuelles et faciliter l'adhésion des équipes
- Recadrer les comportements déviants pour soutenir la solidarité du groupe
- Instaurer les conditions nécessaires pour que chacun s'engage formellement et agisse au service du groupe
- Suivre les étapes de sortie de crise pour garantir le succès de l'opération

PUBLIC

Managers

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Une alliance de techniques de communication et de négociation
- > Les techniques de l'acteur et les outils du théâtre pour un training intensif et pour ancrer l'affirmation de soi
- > Un Plan Personnel de Progression pour s'adapter aux situations réelles

MANAGER DE PROXIMITÉ : UN RÉEL RELAIS RH

> Apporter du sens à la gestion des hommes

OBJECTIFS

- Maîtriser les fondamentaux RH pour mieux jouer son rôle de relais de la Direction
- Savoir se positionner face à son équipe
- Travailler sa posture et gagner en confiance
- Être capable de mettre en œuvre les comportements adaptés et d'avoir les bons réflexes face aux problématiques RH
- Comprendre le rôle du manager dans le développement du dialogue social

PROGRAMME

Jour 1

- Inclusion des participants afin de créer du lien
- Quels sont les fondamentaux RH ?
 - Pouvoir les identifier au travers du parcours d'un salarié dans l'entreprise de l'entrée jusqu'au départ
 - Comprendre l'essentiel, à partir de cette cartographie, de la législation pour acquérir les bons réflexes

Jour 2

- La posture du manager : acquérir les compétences constructives et structurantes en termes de savoir et de savoir-être
 - Par rapport aux RH
 - Par rapport aux salariés
 - Par rapport aux IRP (Instances Représentatives du Personnel)
 - Par rapport aux intervenants extérieurs : médecin du travail, inspecteur du travail...
- Les limites du pouvoir managérial
- Savoir identifier les relais possibles en fonction des thématiques RH

PUBLIC

Managers

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Travaux en sous-groupes à partir des situations rencontrées par les participants
- > Construction d'un mémo « réflexes RH » avec les participants

CONDUIRE EFFICACEMENT SES ENTRETIENS RH

> Placer l'évaluation concertée au coeur de la gestion de la performance

OBJECTIFS

- Reconnaître en tout entretien un véritable acte de management
- Savoir mener les différents entretiens RH en fonction de leur finalité, en tenant compte de sa position dans l'organisation et des outils internes
- Comprendre l'importance de l'écoute et du questionnement pour conduire un entretien maîtrisé
- S'engager en concertation dans le suivi des décisions prises

PROGRAMME

Jour 1

- Les étapes de tout entretien
- La préparation
- La structure de l'échange et le principe du recadrage
- Schéma de communication pour construire à partir d'une critique
- La clôture et la prise de décision
- Le suivi

Jour 2

- L'entretien annuel d'évaluation
- La responsabilité de l'évaluateur
- Le processus d'évaluation dans une optique de progrès
- L'entretien professionnel
- Outils du coaching au service du questionnement

PUBLIC

Managers

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Animation totalement interactive
- > Apports théoriques guidés par le contenu produit par les participants
- > Mises en situation filmées et analysées



COMPÉTENCES MÉTIERS

Performance commerciale Service client

Consultez aussi
nos parcours ESSCA
Executive Certificate :

- Manager commercial, p. 17
- Ingénieur d'affaires, p. 20

Prospecter, négocier, vendre : la fonction commerciale est au cœur de l'entreprise. De la préparation du plan d'action commercial jusqu'à sa mise en œuvre et son suivi sur le terrain, chaque étape doit être parfaitement maîtrisée pour atteindre la performance.

Au-delà des techniques de vente, l'ESSCA vous propose de développer des compétences clés différenciantes : audace, agilité, envie, créativité et innovation.

La notion de service client est également indissociable de la stratégie de développement de l'entreprise. La thématique est abordée sous les angles culture client et qualité de la relation client. L'objectif est d'accompagner vos équipes dans l'atteinte de leurs objectifs commerciaux en assurant des prestations de qualité.

DÉVELOPPER SON POTENTIEL COMMERCIAL

> Être un appui efficace au développement commercial

OBJECTIFS

- Maîtriser les points clés de la communication commerciale au téléphone
- Donner les clés de déblocage des cas plus difficiles

PROGRAMME

Jour 1

- Les principes de la communication : la transmission du message, blocages et difficultés dans la transmission du message, l'expression orale
- La relation téléphonique commerciale : enjeux et objectifs, les fondamentaux des techniques de vente
- La voix : sa constitution, son impact, les attitudes et environnement favorables
- L'organisation de son temps : optimiser la gestion de son temps et identifier ses points de progrès, apprendre à fixer les priorités

Jour 2

- Répertoire les personnalités
- Comprendre ses émotions pour maîtriser ses réactions
- Analyser la situation et élaborer une stratégie
- Soigner le climat, l'environnement et le contexte
- Ramener son interlocuteur vers une approche positive

PUBLIC

Assistants commerciaux

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Pédagogie participative : la formation s'appuie sur des exemples concrets et sur l'échange d'expérience
- > Simulations d'appels et analyse

NÉGOCIER AVEC EFFICACITÉ

> Gagner en performance dans ses négociations

OBJECTIFS

- Défendre ses intérêts tout en préservant ses relations
- Acquérir l'état d'esprit, les méthodes et les techniques de communication des négociateurs les plus performants
- Préparer et mener des négociations avec des interlocuteurs difficiles

PROGRAMME

Jour 1

- La négociation : enjeux, intérêts, expériences
- Les limites de la négociation sur des positions
- Identifier les méthodes de communication efficaces et inefficaces

Jour 2

- Traiter les objections par anticipation
- Élargir le champ des possibles et exploiter les intérêts communs
- Comment aborder les situations difficiles

PUBLIC

- Commerciaux
- Technico-commerciaux
- Responsables de comptes
- Chargés de clientèle (produits ou services) en BtoB ou BtoC

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Apports méthodologiques appuyés par des exemples réels
- > Étude de cas pour travailler la préparation des négociations
- > Mises en situation pour travailler le comportement durant les négociations

LES CLÉS DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE

> Maîtriser les étapes clés du processus de vente

OBJECTIFS

- Revoir les fondamentaux de la vente
- Acquérir l'état d'esprit, les méthodes et les techniques de communication des vendeurs les plus performants
- S'entraîner pour se perfectionner dans sa démarche de vente

PROGRAMME

Jour 1

- Redécouvrir les principes fondamentaux de la réussite commerciale
- Maîtriser chaque étape du processus de vente
- Perfectionner les étapes clés

Jour 2

- Développer une relation très forte avec ses clients et désamorcer des situations de tension
- Élaborer une approche et un argumentaire pour chaque type de clientèle
- Améliorer ses outils d'aide à la vente (documentations, argumentaire, ...) et ses outils de suivi commercial (relance, fidélisation, ...)

PUBLIC

Assistants commerciaux

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

> Une place très importante est réservée aux cas pratiques et aux mises en situation

METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE WINBACK

> Mener une stratégie Winback pour reconquérir ses clients

OBJECTIFS

- Apprendre à cibler ses actions de reconquête
- Acquérir des outils et méthodes pour relancer et convaincre
- Mener à bien un plan de reconquête
- Fidéliser les clients reconquis

PROGRAMME

Jour 1

- Préparer l'action de reconquête
- Reprendre contact avec le client
- Pratiquer l'écoute active et être prêt à « tout » entendre
- Réussir son argumentaire
- Lever les freins et traiter les objections
- Manifester un comportement positif

Jour 2

- Obtenir un engagement du client
- Conclure sur un nouveau départ
- Mettre en oeuvre les outils de fidélisation
- Organiser un suivi personnalisé du client et programmer les relances
- Mettre en place un tableau de bord de suivi

PUBLIC

- Responsables des ventes
- Responsables commerciaux
- Responsables de la relation client
- Chargés d'affaires
- Commerciaux

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

> Des retours d'expériences internes et venant d'autres secteurs professionnels
 > Des études de cas
 > Des mises en situation dans le cadre d'ateliers
 > La co-construction d'outils opérationnels pour mener à bien les actions de reconquête

RÉUSSIR SON PITCH

> Être convaincant en se concentrant sur l'essentiel

OBJECTIFS

- Savoir adapter son pitch en toutes circonstances
- Savoir présenter son activité
- Savoir professionnaliser sa communication pour décrocher un rendez-vous / un entretien professionnel / étendre son réseau / développer des partenariats
- Apprendre à se valoriser

PROGRAMME

Jour 1

- Le pitch, tout un art !
 - Le pitch, un outil de la communication
 - Quels sont les enjeux ?
- Construire un pitch qui « claque »
- Capter son auditoire

Jour 2

- Écrire et s'approprier son pitch
 - Définir le contexte, le timing, l'objectif, le message
 - Écrire son pitch
 - Choisir ses mots
 - Mémoriser son pitch
- Mesurer la performance de son pitch
 - Mise en situation pitch, temps d'échanges et réflexion, retours d'expériences

PUBLIC

Tous public

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Ateliers collectifs et participatifs rythmés par des temps d'échange, de formation et d'action
- > Ateliers pratiques permettant à chaque participant de maîtriser la technique du pitch et de bénéficier de la dynamique de groupe

CONSTRUIRE SA STRATÉGIE ET SON PLAN D'ACTION COMMERCIAL

> Construire sa feuille de route pour atteindre ses objectifs

OBJECTIFS

- Clarifier son positionnement
- Bâtir et mettre en oeuvre son plan marketing et le plan commercial lié
- Structurer son offre
- Définir des indicateurs de suivi de la performance

PROGRAMME

Jour 1

- La démarche marketing : de la stratégie à l'opérationnel
- Analyser l'offre : les outils d'analyse, les positionnements et les stratégies produits/services
- Analyser le besoin : les comportements et motivations, les outils d'analyse et la segmentation clientèle
- Clarifier ses cibles et ses couples produits marché
- Élaborer son mix marketing

Jour 2

- Construire son plan d'action commercial : objectifs et planification
- Indicateurs de succès
- Mettre en place des outils accélérateurs de vente

PUBLIC

- Responsables marketing
- Directeurs commerciaux
- Chefs de marché
- Dirigeants

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Des outils et méthodes dédiés
- > De nombreux exercices pratiques pour une mise en oeuvre rapide des compétences développées

MANAGER SON ÉQUIPE COMMERCIALE

> Mobiliser et motiver son équipe commerciale en situation difficile

OBJECTIFS

- Cartographier les leviers de motivation des équipes commerciales
- Maîtriser les outils de la motivation commerciale
- Élaborer sa méthode d'animation commerciale en situation difficile

PROGRAMME

Jour 1

- Identifier son style de management et connaître son équipe
- Cartographier les situations difficiles auxquelles peuvent être confrontées les équipes commerciales
- Identifier les leviers « booster » mobilisables pour chacune des situations

Jour 2

- Accroître la motivation de ses vendeurs pour mieux les impliquer
- Animer des réunions participatives, stimulantes et efficaces
- Mener efficacement ses entretiens « booster » individuels

PUBLIC

- Directeurs commerciaux
- Dirigeants de PME
- Responsables d'équipes commerciales sédentaires ou itinérantes

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Exercices pratiques portant sur des situations professionnelles
- > Pédagogie participative basée sur des exemples concrets et sur l'échange d'expérience

TRAITER LES RÉCLAMATIONS CLIENTS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

> Contrecarrer le bad buzz et faire des réseaux sociaux son allié

OBJECTIFS

- Faire des réseaux sociaux un allié en utilisant les réclamations et les avis clients comme un levier de développement de son image de marque
- Savoir quand et comment réagir face aux différents types d'avis et de réclamations clients en ligne

PROGRAMME

- Panorama du web communautaire
 - Les réseaux sociaux BtoC : Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram, Google+, etc.
 - Le rôle des réseaux sociaux dans la construction de son image de marque
- Comment éviter qu'une réclamation client ne se transforme en bad buzz
 - Mettre en place un système de veille pour suivre les réclamations clients
 - Définir les niveaux et types d'action à opérer face aux différents types de réclamation en ligne (de l'avis négatif à la rumeur infondée)
- Mise en œuvre opérationnelle
 - Rédiger des argumentaires convaincants pour répondre à un avis négatif ou une réclamation
 - Maîtriser l'échange en ligne avec le client (souvent anonyme)
 - Valider un retour positif de la part du client et le partager avec la communauté en ligne

PUBLIC

Tout collaborateur d'entreprise ayant à traiter des réclamations ou des litiges clients en ligne

DURÉE

1 jour

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Mises en pratique concrètes avec le formateur à partir de situations réelles
- > Définition d'une feuille de route pour son activité

PRÉVENIR ET GÉRER LES INCIVILITÉS

> Traiter avec efficacité les situations complexes

OBJECTIFS

- Renforcer ses compétences relationnelles
- Développer une attitude constructive
- Prendre de la hauteur face aux incivilités
- Savoir désamorcer des situations tendues

PROGRAMME

Jour 1

- La communication dans la relation client
 - Les principes de base de la communication relationnelle
 - Les dysfonctionnements de la communication
 - Les comportements qui favorisent le contact et renforcent la confiance
 - Identifier son interlocuteur : apprendre à décoder les marques d'agressivité
 - Savoir poser ses limites et s'affirmer

Jour 2

- Prévenir et traiter efficacement les incivilités
 - Écouter son interlocuteur et le rassurer
 - Se montrer empathique et gérer ses émotions
 - Adopter une attitude assertive
 - Éclaircir les faits en questionnant : comprendre l'origine de l'incivilité
 - Reformuler pour valider l'ensemble des informations
 - Proposer des solutions
 - Savoir prendre congé et assurer le suivi en interne

PUBLIC

Toute personne en relation directe avec les clients

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Training audio et vidéo pour consolider de nouveaux comportements
- > Échanges d'expériences entre participants
- > Mises en situation

S'AFFIRMER FACE À DES CLIENTS DIFFICILES

> Développer une démarche constructive

OBJECTIFS

- Développer une affirmation de soi dans la relation client
- Savoir gérer ses émotions et celles du client
- Faire face à l'agressivité en développant une démarche constructive

PROGRAMME

Jour 1

- La gestion des situations difficiles
 - Distinguer conflit, réclamation, comportement agressif
 - Identifier les caractéristiques des clients dits « difficiles »
 - Repérer les systèmes anti-relationnels et les rapports de force utilisés
 - Observer les réactions mises en place face à ces situations
- L'affirmation de soi
 - Autodiagnostic des attitudes en situations de conflit
 - S'affirmer par une approche de communication non-violente
 - Savoir faire face aux émotions des clients

Jour 2

- Identifier des attitudes efficaces pour faire face à un comportement agressif
- Utiliser la méthode ERICA face aux clients mécontents
- Comment gérer les insatisfactions et les réclamations clients
- S'affirmer face aux attaques personnelles tout en restant professionnel
- Savoir annoncer une mauvaise nouvelle, un retard, un délai supplémentaire

PUBLIC

Toute personne en relation directe avec les clients

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Exercices pratiques portant sur des situations professionnelles
- > Pédagogie participative basée sur des exemples concrets et sur l'échange d'expérience

LA RELATION CLIENT EN RÉCEPTION D'APPEL

> De la prise de commande à la gestion des réclamations client

OBJECTIFS

- Acquérir les principes de base de la communication client en réception d'appels
- Optimiser la prise de commande au téléphone et la gestion des réclamations client
- Apprendre à négocier avec un client difficile

PROGRAMME

Jour 1

- Les basiques de l'entretien téléphonique en réception d'appels
 - Le téléphone comme outil de communication : ses atouts, ses faiblesses
 - L'accueil téléphonique : les principes de base en réception d'appels, présentation, identification de l'interlocuteur...
 - Les enjeux de la gestion de la réclamation client

Jour 2

- Améliorer ses capacités relationnelles pour traiter efficacement les appels entrants
 - L'accroche commerciale : l'argumentation et la valorisation de l'offre
 - L'identification du besoin du client
 - L'argumentation et la valorisation de l'offre
 - La réponse aux objections : les prévoir pour mieux les maîtriser
- La gestion des réclamations client
 - Se montrer empathique et gérer ses émotions
 - Le questionnement et la reformulation
 - Proposer des solutions
 - Oser dire non et négocier
 - Faire valider et assurer le suivi

PUBLIC

- Administration des ventes
- Service client
- Commerciaux

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Training vidéo pour consolider de nouveaux comportements
- > Mises en situation d'entretiens intégrant progressivement les difficultés rencontrées

FONDAMENTAUX DU MARKETING OPÉRATIONNEL

> S'approprier les techniques marketing, du stratégique à l'opérationnel

OBJECTIFS

- Identifier le rôle du marketing opérationnel dans une stratégie marketing
- Intégrer le marketing opérationnel dans ses actions commerciales et sa stratégie de communication multicanale et digitale
- Construire une stratégie de marketing opérationnel
- Savoir mesurer la performance de ses actions

PROGRAMME

Journée 1

- Appréhender le champ d'action du marketing opérationnel dans la stratégie marketing
- Maîtriser les 5 composantes du mix-marketing : produit, prix, distribution, communication et relation clients
- Comprendre les spécificités de la relation clients : notion de valeur perçue, critères de satisfaction...

Journée 2

- Élaborer une stratégie de marketing opérationnel
- Définir une stratégie de communication multicanale
- Intégrer les outils digitaux dans sa stratégie de marketing opérationnel
- Mesurer l'impact de ses actions : tableaux de bord, indicateurs...

PUBLIC

- Chefs de produit, assistants chef de produit
- Commerciaux, ingénieurs commerciaux
- Chargés du marketing opérationnel
- Responsables communication

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Mises en pratique concrètes à partir du contexte professionnel des participants
- > Échange d'expériences
- > Exemples de stratégie marketing d'entreprise

REVENUE MANAGEMENT (YIELD MANAGEMENT)

> Anticiper l'offre et la demande au service d'une tarification dynamique

OBJECTIFS

- Découvrir et comprendre le Revenue Management
- Savoir mettre en oeuvre les concepts et les techniques du Revenue Management
- Apprendre à utiliser le Revenue Management comme levier de performance
- Construire un outil d'optimisation via EXCEL

PROGRAMME

Jour 1

- Définir le Revenue Management
- Analyser les concepts
- Comprendre les composantes du Revenue Management
- Mettre en place un système de Revenue management

Jour 2

- Définir un outil d'optimisation
- Découvrir la solution-outil via EXCEL
- Construire son outil d'optimisation via EXCEL pour accroître sa performance

PUBLIC

- Tout collaborateur contribuant à l'optimisation de la capacité
- Directeurs marketing
- Directeurs commerciaux
- Commerciaux

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Études de cas pratiques issus du monde de l'entreprise
- > Chaque participant élabore son propre outil d'optimisation de la performance



COMPÉTENCES MÉTIERS

Transformation digitale

La révolution digitale est source de nombreuses opportunités pour les entreprises. Intégrer les nouveaux supports de communication et les médias sociaux dans sa stratégie marketing est devenu incontournable.

L'ESSCA propose de vous accompagner dans votre montée en compétences en vous apportant méthodologie et outils nécessaires pour l'intégration du digital dans votre stratégie de développement.

L'INSTITUT DU MARKETING DIGITAL

Dès 2009, l'ESSCA a innové en introduisant dans ses programmes une spécialisation en marketing digital. Le succès rencontré auprès des étudiants et des entreprises a conduit l'École à créer en 2012 l'Institut du marketing digital. Il diffuse l'expertise de l'ESSCA dans ce domaine à travers de nouveaux programmes de formation initiale et de formation continue, des cycles de conférences et des activités de conseil.

www.institutdumarketingdigital.com



Consultez aussi
notre parcours
ESSCA
Executive Certificate :
Expert digital, p. 16

STRATÉGIE « DIGITAL BUSINESS »

> Doper la croissance de son activité grâce au digital

OBJECTIFS

- Définir un modèle d'affaires digital économiquement performant
- Établir un modèle de génération de revenus

PROGRAMME

Jour 1

- Méthodologie et outils de développement d'une stratégie digitale
- Omni-commerce et omni-consommation : enjeux et perspectives du digital pour son activité
- Adopter une approche « Océan bleu » : comment créer une nouvelle demande dans un espace stratégique non contesté
- Chaîne de valeur et compromis innovation-valeur
- Modèles de revenus offline et online

Jour 2

- Développer son business model digital
- Les 6 pistes pour créer son Océan bleu
- Canevas et séquençage stratégique
- Fixation des objectifs et choix stratégique
- Atelier pratique

PUBLIC

- Chefs d'entreprises, entrepreneurs
- Responsables marketing
- Responsables commerciaux

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Approche « Océan bleu »
- > Atelier pratique permettant à chaque participant de développer une approche de stratégie digitale pour son activité

CONSTRUIRE SON RÉFÉRENCIEMENT NATUREL ET PAYANT

> Optimiser son référencement sous contrainte budgétaire

OBJECTIFS

- Comprendre le panorama du web
- Connaître les principaux réseaux sociaux
- Savoir définir une stratégie sur mesure selon ses objectifs et sa cible

PROGRAMME

- SEO, SEA, SEM, Adwords, moteurs de recherche : typologie, modalités et outils du référencement en ligne
- Analyse du lien coût, budget, présence/conversion
- Construire une stratégie SEO/SEA
- Mise en œuvre pratique : indexation et positionnement des pages web
- Indicateurs de performance (KPI) : analyse et actions correctives

PUBLIC

- Responsable webmarketing
- Webmarketeurs
- Chefs de produit
- Webmasters
- Community managers

DURÉE

1 jour

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Formation orientée action avec mise en pratique concrète
- > Des mises en situation pour expérimenter les outils pratiques apportés

MOBILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX DANS SA STRATÉGIE MARKETING

> Élaborer une stratégie social media adaptée à ses objectifs et à sa cible

OBJECTIFS

- Comprendre le panorama du web
- Connaître les principaux réseaux sociaux
- Savoir définir une stratégie sur mesure selon ses objectifs et sa cible

PROGRAMME

Jour 1

- Typologie réseaux et médias sociaux, fonctions et rôles
- Construire une stratégie marketing social media
- Identification des réseaux sociaux adaptés à ses objectifs et sa cible
- Formalisation d'un plan d'action

Jour 2

- Définition d'une stratégie de contenu
- Diffusion des contenus
- Formalisation d'un calendrier de publication
- Mesurer ses actions sur les médias sociaux : Indicateurs de performance
- Tableau de bord social media

PUBLIC

- Responsable webmarketing
- Webmarketeurs
- Chefs de produit
- Chefs de projet marketing
- Directeurs et responsables marketing

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Atelier pratique permettant à chaque participant de développer une approche de stratégie marketing social media pour son activité
- > Animation participative et collaborative

DÉVELOPPER SES VENTES B TO B GRÂCE AU DIGITAL

> Savoir mobiliser les bons leviers digitaux pour accroître son activité

OBJECTIFS

- Identifier le rôle du digital dans une stratégie marketing et commerciale offensive
- Connaître les différents leviers mobilisables au plan opérationnel par les équipes marketing/vente
- Réussir la transformation : du point de contact digital à la vente et à l'après-vente

PROGRAMME

Jour 1

- Comprendre le digital : cartographie des technologies, outils et usages en B to B
- Intégrer le digital dans son plan d'action marketing
- Planifier et budgétiser les actions marketing digital
- Mesurer la performance des actions marketing digital : KPI et mesures correctives

Jour 2

- Mobiliser les réseaux sociaux dans une démarche de prospection
- Pratique des outils mobilisables en B to B : LinkedIn, Twitter, Facebook, ...
- Définition d'un plan d'action commercial individuel intégrant le digital

PUBLIC

- Responsables commerciaux
- Chefs des ventes
- Chefs de marché
- Directeurs marketing et/ou commerciaux

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et d'études de cas réels
- > Les participants repartent avec un plan d'action personnel

LA RELATION CLIENTS SUR INTERNET

> E-mailing, CRM et programmes relationnels

OBJECTIFS

- Identifier les enjeux de la fidélisation et de la relation clients dans le cadre d'une stratégie d'entreprise
- Intégrer les bonnes pratiques d'interactions et les principaux dispositifs relationnels fidélisant
- Comprendre le marché de l'emailing et son intégration dans une stratégie de fidélisation

PROGRAMME

Jour 1

- De l'Intrusion Marketing au Permission Marketing: des techniques publicitaires aux méthodes de Seth Godin
- Base de données, Datamining et CRM
- Du CRM au e-CRM et Social CRM
- Les 5 piliers de la fidélisation
- Écouter en favorisant la prise de parole du consommateur
- Récompenser pour stimuler la relation client (programmes de fidélisation, réduction, e-couponing,...)
- Associer en impliquant le consommateur dans une communauté

Jour 2

- Le marché de l'e-mailing: état des lieux, principaux acteurs et coûts
- Déroulement d'une campagne: KPI, phasing, baromètre sectoriel
- Segmentation et personnalisation
- Étude de cas

PUBLIC

- Responsables webmarketing
- Webmarketeurs
- Chefs de produit
- Chefs de projet marketing
- Directeurs et responsable marketing

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

> La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et d'études de cas réels

WEB CONCEPTION

> Accompagner le développement de sa plateforme digitale

OBJECTIFS

- Identifier les points clés du design d'une plateforme digitale ou d'un site de commerce en ligne
- Connaître les technologies de web-conception
- Connaître les outils de pilotage d'une stratégie de référencement
- Savoir briefer son prestataire

PROGRAMME

Jour 1

- Design du web
- Parcours utilisateur et optimisation du tunnel de conversion
- Ergonomie des interfaces et responsive design
- Technologies de webconception
- E-paiement : problématiques et solutions marché
- E-logistique : problématiques et solutions marché

Jour 2

- Référencement et pilotage
- Référencement naturel SEO
- Référencement social SMO
- Liens sponsorisés SEM
- Briefer son prestataire

PUBLIC

- Chefs d'entreprises
- Directeurs marketing
- Responsables marketing
- Responsables innovation

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

> Études de cas pratiques issus du monde de l'entreprise
> Chaque participant élabore un brief prestataire répondant à ses besoins actuels ou futurs

WEBMARKETING

> Connaître les leviers et outils du marketing digital

OBJECTIFS

- Savoir développer une stratégie d'influence et gérer ses points de contact
- Connaître les leviers du marketing mobile et le web des réseaux sociaux
- Savoir comment monétiser le trafic online

PROGRAMME

Jour 1

- Stratégie d'influence et monétisation du trafic online
- Constitution des messages (recrutement)
- Animation des communautés
- Gestion des points de contact (e-crm)

Jour 2

- Marketing mobile et web des réseaux sociaux
- Les canaux de la relation via mobile
- Intégrer le mobile dans sa stratégie marketing globale
- Optimiser sa présence sur les médias sociaux
- Atelier pratique

PUBLIC

- Responsables marketing et communication
- Chargés de communication
- Chefs de produit
- Chefs de marque
- Entrepreneurs

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Études de cas pratiques issus du monde de l'entreprise
- > Chaque participant élabore un plan média online répondant à ses besoins actuels ou futurs

DESTINATION SMART CITIES

> Méthodes et outils de gestion des Smart Cities

OBJECTIFS

- Comprendre les implications de l'adoption en masse des technologies digitales par les citoyens
- Comprendre les apports des technologies digitales dans la gestion et le développement des services proposés par la ville à ses citoyens
- Apporter les outils et méthodologies permettant de définir ou d'améliorer les services proposés et la gestion des activités

PROGRAMME

Jour 1

- Comprendre les technologies digitales et leurs apports (RFID, Internet des Objets, mobiles, WiFi)
- Identifier les principaux flux (énergie, transport, distribution, déchets) à gérer
- Construire et gérer des processus dans une logique de service au client (Design Thinking, Blue Printing)

Jour 2

- Construire et mettre en œuvre le marketing des services publics
- Définir le Business Model proposé par la ville à ses citoyens
- Comprendre et mettre en œuvre les logiques et outils du Big Data
- Gérer le changement organisationnel

PUBLIC

- Personnel des agglomérations, villes, communes et collectivités
- Collaborateurs des entreprises en charge de projets « Smart Cities »

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > L'intégration des technologies digitales dans le management quotidien des villes
- > Des outils et méthodes issus du marketing des services adaptés aux offres de service public

COMPÉTENCES MÉTIERS

Pilotage financier

Dans le cadre de leurs responsabilités, les dirigeants et managers ont souvent besoin de consolider leurs connaissances en finance pour mieux comprendre les choix stratégiques nécessaires.

De même, les opérationnels doivent être orientés dans le pilotage de leur activité afin de comprendre l'impact de leurs actions sur les résultats de l'entreprise.

Les spécialistes ESSCA Executive Education ont synthétisé ce qu'il faut savoir dans ces différents domaines pour être rapidement opérationnel.

FINANCE POUR MANAGERS OPÉRATIONNELS - NIVEAU 1

> Comprendre l'impact des décisions quotidiennes sur la santé financière de l'entreprise

OBJECTIFS

- Lire et comprendre les données financières incontournables (bilan et compte de résultat)
- S'approprier le vocabulaire comptable
- Maîtriser les bases de l'analyse financière et les ratios clés qui permettent de mesurer la rentabilité et d'apprécier la structure financière de l'entreprise

PROGRAMME

Jour 1

- La (re)découverte du bilan et du compte de résultat
- Savoir lire un bilan pour apprécier la solvabilité de l'entreprise

Jour 2

- Retravailler un compte de résultat pour analyser les différents niveaux de profit
- Utiliser des ratios d'analyse pour identifier les aspects clés de la performance financière

PUBLIC

- Dirigeants d'entreprise ou d'activité
- Managers

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

> Mise en application à partir de cas pratiques

MAÎTRISER LE CASH FLOW ET LE BFR - NIVEAU 2

> Gérer le profit et maîtriser la trésorerie

OBJECTIFS

- Comprendre la manière dont sont élaborés les budgets d'une entreprise et mesurer leur impact sur la trésorerie
- Construire des comptes prévisionnels (bilan et compte de résultat)
- Identifier les différentes sources de financement
- Mesurer la rentabilité d'un investissement
- Savoir construire le volet financier d'un business plan

PROGRAMME

Jour 1

- Le diagnostic financier
- Les choix d'investissements et de financement
- Outils de choix de financement

Jour 2

- La gestion prévisionnelle des besoins : construire un business plan
- Le compte de résultat prévisionnel
- Le plan de financement
- Le plan de trésorerie

PUBLIC

- Dirigeants d'entreprise ou d'activité
- Managers

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

> Mise en application à partir de cas pratiques

LE PILOTAGE FINANCIER : BUDGET ET GESTION PRÉVISIONNELLE

> Bâtir et suivre un budget

OBJECTIFS

- Savoir construire et suivre un budget : outils et techniques
- Apprendre à établir des prévisions budgétaires
- Présenter et défendre son budget

PROGRAMME

Jour 1

- La gestion budgétaire et le pilotage d'un service ou d'une activité
- Le rôle et les missions du pilote de l'activité dans le processus budgétaire
- Les différentes étapes de la construction d'un budget

Jour 2

- Les tableaux de bord de suivi budgétaire
- Présenter, défendre et argumenter son budget

PUBLIC

- Managers
- Responsables d'un centre de profit
- Pilotes d'un département, d'une direction, d'une activité opérationnelle
- Entrepreneurs

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Plan d'action personnel, travail à partir de son propre budget
- > Mises en situation

MESURER LA PERFORMANCE ET MAÎTRISER SES INDICATEURS

> Élaborer ses outils d'analyse et d'aide à la décision

OBJECTIFS

- Savoir construire des tableaux de bord pertinents, cohérents et fiables
- Déployer un dispositif de management de la performance
- Assurer le pilotage, le suivi et le diagnostic des individus, des équipes et de l'organisation

PROGRAMME

Jour 1

- Définir et appréhender la performance
- Identifier les domaines de performance sur lesquels bâtir un avantage concurrentiel
- La méthode MATSAHA® : piloter, suivre, diagnostiquer ses performances

Jour 2

- Élaborer ses indicateurs de performance
- Construire ses tableaux de bord
- Manager la performance : opportunités et limites des outils

PUBLIC

- Tout collaborateur en charge du pilotage et du suivi des performances individuelles, collectives et/ou organisationnelles
- Responsables d'équipes
- Managers d'un centre de profit

DURÉE

2 jours

Devis sur demande

POINTS FORTS

- > Apports méthodologiques appuyés par des exemples réels
- > Étude de cas pour travailler la préparation des négociations
- > Mises en situation pour travailler le comportement durant les négociations

UNE GRANDE ÉCOLE DE MANAGEMENT, UN LIEN FORT AVEC LES ENTREPRISES

Accréditée AACSB, EQUIS, EPAS et AMBA, membre de la Conférence des Grandes Écoles, l'ESSCA déploie des programmes en management et gestion auprès de 4 000 étudiants en formation initiale et continue.

Son ouverture sur le monde, sa proximité avec les entreprises et la puissance de ses réseaux renforcent la réussite de ses diplômés en France comme à l'international.



REPÈRES

- 2 500 entreprises partenaires
- 14 000 diplômés à travers le monde
- Une qualité certifiée par 4 accréditations internationales : AACSB, EQUIS et EPAS et AMBA
- Un incubateur-pépinière d'entreprises
- Un Institut du marketing digital

CONFIEZ-NOUS VOS PROJETS DE FORMATION



Jean-Luc MERCERON
Directeur Executive Education
02 44 01 53 86
jean-luc.merceron@essca.fr



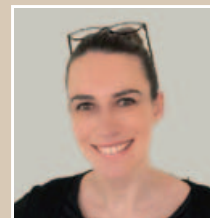
Pierre AUGER
Chargé d'affaires
grands comptes
02 41 73 57 19
pierre.auger@essca.fr



Nathalie NORI
Chargée d'affaires
02 41 73 57 39
nathalie.nori@essca.fr



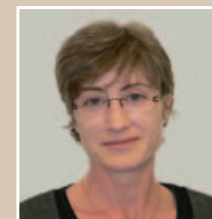
Jacqueline AUBINIÈRE
Chargée d'affaires
02 41 73 47 85
jacqueline.aubiniere@essca.fr



Lidia de MOURA
Chargée d'affaires
01 41 86 04 80
lidia.demoura@essca.fr



Véronique LEGEAYE
Chargée de programmes
02 41 73 47 31
veronique.legeaye@essca.fr



Valérie POSTEL
Chargée de programmes
02 41 73 47 62
valerie.postel@essca.fr



Isabelle POITEVIN
Chargée de programmes
02 41 73 57 06
isabelle.poitevin@essca.fr

CONTACT AIX-EN-PROVENCE

Samir AYOUB
04 42 54 84 85
samir.ayoub@essca.fr

CONTACT BORDEAUX

Brigitte de FAULTRIER
05 57 99 71 00
brigitte.defaultrier@essca.fr

CONTACT LYON

Jacques BOULAY
04 78 78 37 20
jacques.boulay@essca.fr

**Enfin
une formation
qui se concentre
sur vous.**

ESSCA. Formation continue sur mesure, à la mesure de vos ambitions.

La formation continue de l'ESSCA accueille depuis 40 ans des professionnels désireux de développer leurs compétences et de gagner en valeur ajoutée. Un large choix de programmes diplômants, certifiants ou sur mesure, des experts dans leur domaine, des méthodes pédagogiques concrètes et interactives, un accompagnement constant, un accueil personnalisé... Venez développer votre potentiel à l'ESSCA, **le nouvel artisan de votre réussite.**



executive.essca.fr

L'ESSCA DANS 6 VILLES EN FRANCE

Pour mieux vous accompagner, l'ESSCA déploie ses programmes de formation continue dans plusieurs métropoles françaises.

ANGERS

1 rue Joseph Lakanal - Campus de Belle-Beille
49003 ANGERS CEDEX 01

PARIS

55 quai Alphonse Le Gallo
92513 BOULOGNE-BILLANCOURT CEDEX

CHOLET

Rue Eugène Brémont
49321 CHOLET CEDEX

BORDEAUX

5 rue de Condé
33081 BORDEAUX CEDEX

LYON

7 rue Curie
69457 LYON CEDEX 06

**NOUVELLE ADRESSE
PRINTEMPS 2019 :**
4 avenue du Pont Pasteur
69007 LYON

AIX-EN-PROVENCE

Le Praesidium
350 avenue du Club hippique
13097 AIX-EN-PROVENCE CEDEX 2

L'ESSCA est également présente
à SHANGHAI et à BUDAPEST



SIÈGE DU GROUPE

1 rue Joseph Lakanal
BP 40348
49003 ANGERS CEDEX 01
Tél. : +33 (0)2 41 73 47 47

Accréditations AACSB, EQUIS, EPAS et AMBA
Membre de la FESIC et de la Conférence des Grandes Écoles
Membre associé de l'Université Catholique de l'Ouest
Établissement d'enseignement supérieur technique privé d'intérêt général - EESPIG

ESSCA.FR