



# CATALOGUE DES FORMATIONS

Téléphone : 06.21.06.36.69 - Mail : [contact@mylmc.fr](mailto:contact@mylmc.fr)  
Internet : [www.mylmc.fr](http://www.mylmc.fr)  
Agrément n° 75331154533 - SIRET 838 676 989 00018

# SOMMAIRE

1

Nos partenaires

2

Nous connaître

4

Tableau des formations et code de formation

7

Conditions générales de vente

9

Formations

10

Management des Entreprises

22

Création et Reprise d'Entreprises

27

Viticulture, Œnologie et Œnotourisme

38

Conseils

45

Accompagnement

50

Contacts

# NOS PARTENAIRES



pôle emploi



# NOUS CONNAITRE



La formation, le conseil et l'accompagnement sont les 3 piliers impactant de manière positive la situation de votre entreprise.

Monter en compétences avec nos programmes courts (1 à 8 jours). Nos expertises à vous transmettre sont le marketing, la stratégie, les techniques de vente et de négociation, la finance, la gestion et comptabilité des entreprises ainsi que les techniques d'achat.

En vous formant, vous devenez des professionnels aguerris. Nous vous aidons à devenir des experts du commerce, nous vous transmettons les outils pour acheter mieux ou communiquer avec aisance. Notre équipe aime participer au développement de vos compétences.

Nos formations concernent les professionnels salariés ou indépendants, les personnes en reconversion professionnelle. Nous intervenons également dans le maintien à l'emploi, l'évolution professionnelle, ...

Nous proposons des actions de formation en présentiel inter-entreprises ou dans vos locaux. Les durées des formations proposées sont variables, allant de 7h à 56h. Nous pouvons également vous proposer une formation totalement personnalisée afin d'être au plus près de vos besoins.

Les formations sont principalement animées par Luc Monnereau, formateur et fondateur de l'organisme de formation.

Il compte à son actif plus de 25 ans d'expérience dans le management, le conseil, le vin et la formation.

Son mot d'ordre : transmettre pour monter en compétences

Ses diplômes vous garantissent la pertinence de ses conseils :

- BEPA Viticulture Oenologie
- BTA Commerce
- Acifop Programme Caves « Commerce des Vins »
- Master Management
- Master 2 Management et Administration des Entreprises

Ses expériences vous apportent des solutions adaptées :

- Caviste à la Cave Saint-Étienne,
- Responsable Commercial Georges Blanc,
- Directeur commercial Royaume-Uni Ackerman,
- Directeur commercial Ambrosia,
- Directeur Commercial Export Alliance Loire



**Modalités d'inscriptions : voir conditions générales de ventes pages 11 et 12**

Pour vous inscrire : scannez ce QR Code



Thèmes	Code formation	Page
TPE/PME : ma gestion de la comptabilité (pour CPF : mes premiers pas dans la gestion)	LMC-TPE-GC	11
Techniques de ventes et de négociation	LMC-TVN	12
Solutions de stratégies d'entreprises	LMC-SSE	13
Renforcer sa stratégie marketing	LMC-RSM	14
Maîtriser sa communication interpersonnelle et son leadership	LMC-MCIL	15
Finance et valorisation des entreprises	LMC-FVE	16
Gestion des conflits	LMC-GC	17
Acheteur leader	LMC-AL	18
Accueil téléphonique	LMC-AT	19
Mettre en place une stratégie export	LMC-SEXP	20
Accueil et intégration des collaborateurs	LMC-AIC	21
Formation Personnalisée	LMC-PERSO	23
Création de valeur : je crée ma boîte	LMC-CV-CB	24
Création de valeur : je reprends une entreprise	LMC-CV-RE	25
Création de valeur : je suis repreneur d'entreprise	LMC-CV-REE	26

<b>Thèmes</b>	<b>Code formation</b>	<b>Page</b>
Je débute en viticulture et en œnologie	LMC-DVOE	28
Accueil et vente au caveau	LMC-AVC	29
Réaliser l'export des vins de champagne	LMC-REC	30
Dégustation de vins	LMC-DV	31
Concevoir et optimiser la carte des vins d'un restaurant	LMC-COCVR	32
Géographie viticole du Nord de la France	LMC-GVNF	33
Géographie viticole du Sud Ouest de la France	LMC-GVSF1	34
Géographie viticole du Sud Est de la France	LMC-GVSF2	35
L'anglais du vin	LMC-AV	36
Se lancer dans l'œnotourisme	LMC-LOE	37
Audit stratégique et commercial	LMC-AUDIT-SC	39
Stratégie de conquête commerciale	LMC-AUDIT-SCC	40
Restructuration de gamme	LMC-AUDIT-RG	41
Diagnostic de maturité numérique	LMC-AUDIT-DMN	42

<b>Thèmes</b>	<b>Code formation</b>	<b>Page</b>
Organiser et réussir sa stratégie export	LMC-AUDIT-ORSE	43
Organiser et réussir sa stratégie digitale	LMC-AUDIT-ORSO	44
Accompagnement stratégique	LMC-ACC-AS	46
Accompagnement international	LMC-ACC-AI	47
Accompagnement managérial et commercial	LMC-ACC-AMC	48
Accompagnement en gestion	LMC-ACC-AG	49



# CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTES

## **Désignation :**

La société LM Consulting désigne un organisme de formation professionnelle, dont le siège social est situé au 8 bis, rue du Bicentenaire – 33290 LUDON MEDOC – France. La société LM Consulting met en place et dispense des formations intra-entreprises et inter-entreprises, à Bordeaux et sur l'ensemble du territoire national, seule ou en partenariat.

## **L'offre :**

L'ensemble des Formations proposées par l'Organisme de Formation est consultable en ligne sur son site internet ([www.mylmc.fr](http://www.mylmc.fr)).

L'organisme de formation propose des Formations Inter-Entreprises ainsi que des Formation Intra-Entreprises.

Les Formations Inter-Entreprises sont des formations générales ou dites « sur étagère » issues du catalogue de formation de l'Organisme de Formation, réalisées dans un lieu extérieur.

Les Formations Intra-Entreprises peuvent être réalisées aux choix et à la discrétion de l'Organisme de Formation au sein des locaux du client et/ou dans un lieu extérieur.

Les Formations en ligne peuvent se présenter sous la forme de classes virtuelles, c'est-à-dire de Formations suivies à distance par le Participant.

## **Modalités d'inscription :**

La demande d'inscription nécessite, au choix du Client : l'envoi d'un bulletin d'inscription complété et signé, un courrier électronique ou une inscription complète en ligne sur le site de l'Organisme de Formation ([www.mylmc.fr](http://www.mylmc.fr)).

Pour chaque formation dispensée par l'Organisme de Formation, un nombre minimum et maximum de participants est admis, les inscriptions pour une session donnée cessent d'être retenues lorsque le nombre maximum est atteint.

Un accusé de réception est adressé au Client dans les quarante-huit (48) heures ouvrées qui suivent la réception de l'inscription. Cet accusé de réception ne vaut pas confirmation de la tenue de la Formation, seule la convocation adressée au moins dix (10) jours ouvrés avant la date de Formation, confirme le maintien de ladite formation.

Dans les quinze (15) jours ouvrés avant la date prévue pour la session de Formation, le client recevra par courriel un dossier composé de la convocation à la session ainsi que les informations pratiques rattachées à ladite formation.

Pour les commandes de Formations Intra-Entreprises, l'Organisme de Formation établira avec la collaboration du Client, une proposition technique et financière. La validation et l'acceptation de la Proposition (Convention de formation) se formalisera par la signature du Client et devra être communiqué à l'Organisme de Formation avant la fin du délai de validité mentionné.

## **Modalités de formations :**

L'Organisme de Formation est libre de choisir le lieu de la Formation, d'utiliser les méthodes et outils pédagogiques de son choix. Il est rappelé que la forme et le contenu des outils pédagogiques sont déterminés par l'Organisme de Formation.

La durée globale d'une Formation est susceptible de varier d'une Formation à une autre. Dès lors, le Client s'engage à se renseigner sur sa durée, préalablement à toute inscription, sur le site internet de l'Organisme de Formation ainsi que via toute documentation mise à sa disposition.

Une journée de Formation en présentiel ou en ligne par voie de classe virtuelle, qu'elle soit Intra-Entreprise ou Inter-Entreprises, correspond à une durée de sept (7) heures.

Les Participants à une Formation en présentiel sont tenus de respecter le règlement intérieur affiché au sein des locaux où se déroule la Formation, au même titre que les Participants à une Formation à distance, qui sont tenus de respecter une bonne conduite. L'Organisme de Formation se réserve le droit, sans indemnité de quelque nature que ce soit, d'exclure à tout moment, tout Participant dont le comportement gênerait le bon déroulement de la Formation.

A l'issue de la Formation, l'Organisme de Formation fera parvenir au Client par e-mail ou par courrier postal, qu'il aura préalablement renseignés, les documents relatifs à son suivi et notamment, le certificat de réalisation mentionnant les objectifs, la nature, la durée de la Formation et le résultat obtenu par le Participant ainsi que les factures afférentes.

S'il le juge nécessaire, l'Organisme de Formation pourra modifier les contenus des formations suivant la dynamique du groupe ou le niveau des Participants. Les contenus des programmes figurant sur les fiches de présentation ne sont ainsi fournis qu'à titre indicatif.

### **Prix et modalités de paiement**

Les prix des formations sont indiqués en euros hors taxes et sont à majorer de la TVA au taux en vigueur. Le prix des Formations en ligne n'inclut pas le coût de la connexion internet qui demeure à la charge du Client. Les factures sont payables dès réception ou le cas échéant, selon les modalités indiquées dans le bulletin d'inscription ou la proposition. Le règlement des factures peut être effectué par virement bancaire ou par chèque. En cas de retard de paiement, des pénalités égales à trois (3) fois le taux de l'intérêt légal en vigueur à la date d'exigibilité, ainsi qu'une indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement d'un montant de quarante (40) euros seront exigibles de plein droit, sans mise en demeure préalable et sans qu'un rappel soit nécessaire.

### **Prise en charge**

Si le Client bénéficie d'un financement total ou partiel d'une Formation par un opérateur de compétence (OPCO), il doit faire une demande de prise en charge avant le début de la prestation. Le Client est tenu de fournir l'accord de financement lors de l'inscription. Dans le cas où la société LM Consulting ne reçoit pas la prise en charge de l'OPCO au 1er jour de la formation, l'intégralité des coûts de formation sera facturée au Client.

Dans le cas où l'OPCO/l'organisme tiers ne confirment pas la prise en charge financière de la Formation et/ou que l'Organisme de Formation n'a pas reçu la prise en charge des dits organismes au premier jour de la Formation, le coût de la Formation sera supporté par le Client, lequel sera redevable de l'intégralité du prix de la Formation.

L'Organisme de Formation se réserve le droit pour certaines Formations de demander un acompte au Client.

Ceci étant valable pour tous les moyens de prises en charge (Pôle Emploi par exemple).

### **Conditions de report et d'une annulation d'une Formation**

L'annulation d'une séance de Formation est possible, à condition de le faire au moins dix (10) jours ouvrés avant le jour et l'heure prévus. Toute annulation doit faire l'objet d'une notification par e-mail à l'adresse [contact@mylmc.fr](mailto:contact@mylmc.fr). En cas d'annulation entre quatre (4) et dix (10) jours ouvrés avant la date de la Formation, le Client est tenu de payer une pénalité d'annulation, à hauteur de (cinquante) 50 % du coût total initial de la formation. En cas d'annulation moins de trois (3) jours ouvrés avant le début de la Formation, une pénalité d'annulation correspondant à (cent) 100 % du coût total initial sera facturée au Client.

La demande de report de sa participation à une Formation peut être effectuée par le Client, à condition d'adresser une demande écrite à l'Organisme de Formation dans un délai de dix (10) jours ouvrés avant la date de la Formation.

En cas d'inexécution de ses obligations suite à un événement fortuit ou à un cas de force majeure, la société LM Consulting ne pourra être tenue responsable à l'égard de ses Clients. Ces derniers seront informés par mail.

### **Propriété intellectuelle et droit d'auteur**

Les supports de Formation, quelle qu'en soit la forme (papier, numérique, électronique...) sont protégés par la propriété intellectuelle et le droit d'auteur. Leur reproduction, partielle ou totale, ne peut être effectuée sans l'accord express de la société LM Consulting. Le Client s'engage à ne pas utiliser, transmettre ou reproduire tout ou partie de ces documents en vue de l'Organisme de Formation.

### **Informatique et libertés**

Les informations à caractère personnel communiquées par le client à la société LM Consulting sont utiles pour le traitement de l'inscription ainsi que pour la constitution d'un fichier clientèle pour des prospections commerciales. Suivant la loi « informatique et libertés » du 6 janvier 1978, le Client dispose d'un droit d'accès, de rectification et d'opposition des données personnelles le concernant.

### **Loi applicable et attribution de compétence**

Les présentes Conditions Générales de Vente sont encadrées par la loi Française. En cas de litige survenant entre la société LM Consulting et le Client, la recherche d'une solution à l'amiable sera privilégiée. A défaut, l'affaire sera portée devant les tribunaux du ressort et de la cour d'appel de Bordeaux qui seront seuls compétents, même en cas de réfère, d'appel en garantie ou de pluralité de défendeurs.

# FORMATIONS

Column, bar, and pie charts compare values in a single category, such as the number of products sold by each salesperson. Pie charts show each category's value as a percentage of the whole.

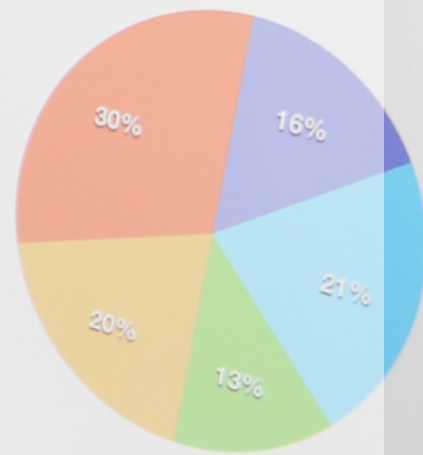
Fundraiser Results b

PARTICIPANT

- Andy
- Chloe
- Daniel
- Grace
- Sophia



Pie Chart





# MANAGEMENT DES ENTREPRISES

## Objectifs pédagogiques

- Savoir lire et comprendre les principaux documents comptables
- Apprentissage des différents modes de calcul nécessaires aux analyses comptables
- Savoir établir un budget prévisionnel et calculer son besoin de fonds de roulement...

## Programme pédagogique

### Comprendre un bilan comptable et un compte de résultats

- Lecture et interprétation du bilan
- Lecture et interprétation du compte de résultat
- La notion d'actif et de passif

### Rôles de la comptabilité (fonctions), principes comptables, comptabilité à partie double

- La preuve
- L'évaluation
- Les utilisateurs

### L'analyse comptable ou la méthode des ratios

- Les différents niveaux d'analyse
- Les ratios flash
- L'interprétation des résultats

### Les soldes intermédiaires de gestion

- Les différents SIG
- L'EBE
- Le découpage du Résultat Net

### L'analyse des coûts, les amortissements

- Les Coûts fixes, les Coûts variables
- Le Coût de revient opérationnel
- Les différents types d'amortissement

### Gestion prévisionnelle et seuil de rentabilité

- La marge sur coût variable
- Calcul du seuil de rentabilité
- Calcul du point mort

### Le besoin de fonds de roulement

- Le calcul du BFR
- La maîtrise du BFR

## Compétences obtenues

- À l'issue de la formation, l'apprenant est capable de comprendre les notions générales de la comptabilité en Entreprise.

## Méthode & moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et d'échanges
- Les formations peuvent se réaliser à distance
- Évaluation via un quiz de fin de formation

## Public concerné :

Toute personne travaillant dans le commerce et souhaitant acquérir les bases de la gestion et de la comptabilité.

## Participants - Durée :

- 1 à 12 participants
- 2 jours (14 heures)

## Prérequis :

Aucun

**Pour aller + loin :** Notre formation Finance et valorisation des entreprises

## Formateur :

Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais  
Code formation : LMC-TPE-GC

## Notre +

Formateur Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.11

## Coût pédagogique :

- **inter entreprises** : 175€ TTC /pers. /jour (7 pers. minimum)
- **intra entreprise** : 1200 € par jour, jusqu'à 3 personnes (et 200 € /jour et par personne supplémentaire)

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- Calendrier fixe pouvant être adapté aux stagiaires.
- Toutes nos formations sont proposées à intervalles réguliers

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



et



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

## Objectifs pédagogiques

- Se perfectionner à la négociation commerciale et aux techniques de vente
- Maîtriser les techniques d'achats des acheteurs professionnels pour y faire face
- Influencer ses interlocuteurs, traiter les objections, conclure une vente par la négociation, convaincre et vendre

## Programme pédagogique

### Marketing relationnel

- Construire et cimenter la relation
- La communication non verbale
- Les 4 x 20
- Adapter sa stratégie d'entretien
- Influencer ses interlocuteurs & désamorcer les litiges
- La méthode DISC et son utilisation dans la vente

### Techniques de vente et de négociation

- Les étapes de l'entretien de vente
- La prise de rendez-vous par téléphone
- Se connaître soi-même pour mieux négocier
- Les techniques de négociation d'un acheteur professionnel
- Réussir son pitch commercial
- Les 7 techniques de négociation et savoir définir un objectif de négociation
- La négociation intégrative et la négociation distributive
- Les techniques de questionnement
- L'identification du niveau de motivation du prospect
- L'argumentation impactante
- Le traitement des objections
- La conclusion de l'entretien de vente
- Les 10 recommandations pour être un top négociateur
- Le jeu de rôle de la vente
- Les 7 péchés de la négociation et comment ne pas y succomber

## Compétences obtenues

- À l'issue de la formation l'apprenant aura acquis les outils pour convaincre et réussir ses négociations commerciales

## Méthode & moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et d'échanges
- Les formations peuvent se réaliser à distance
- Évaluation via un quiz de fin de formation

## Public concerné :

Toute personne travaillant dans le commerce souhaitant développer ses techniques de ventes et de négociation.

## Participants - Durée :

- 1 à 12 participants
- 2 jours (14 heures)

## Prérequis :

Travailler dans le commerce

**Pour aller + loin :** notre formation Maîtriser sa communication interpersonnelle et son leadership

## Formateur :

Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais  
Code formation : LMC-TVN

## Notre +

Formateur Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.12

## Coût pédagogique :

- **inter entreprises** : 175€ TTC /pers. /jour (7 pers. minimum)
- **intra entreprise** : 1200 € par jour, jusqu'à 3 personnes (et 200 € /jour et par personne supplémentaire)

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- Calendrier fixe pouvant être adapté aux stagiaires.
- Toutes nos formations sont proposées à intervalles réguliers

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



et



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

## Objectifs pédagogiques

- Découvrir et s'appropriier les bases du marketing au service de sa stratégie
- S'initier à une méthodologie débouchant sur une vision globale de son entreprise permettant de réorienter sa stratégie et son marketing opérationnel
- Maîtriser les outils d'une stratégie efficace
- Choisir les outils pour mettre en place cette réorientation
- Mettre en place un plan d'action

## Programme pédagogique

### Définir ses objectifs commerciaux

- Le processus décisionnel
- Suivi de la performance de l'entreprise
- Concept de la vision à long terme de l'entreprise

### Procéder à une analyse stratégique du marché : SWOT, Pestel, DAS ...

- Définir et comprendre la démarche stratégique,
- S'appropriier les outils d'un audit stratégique
- Effectuer les choix stratégiques pour décider de la bonne politique commerciale

### Identifier les cibles

- Le concept de cible
- La zone de chalandise
- La segmentation et le positionnement

### Élaboration du mix marketing

- Les 7 P : produit, prix, promotion, place, personnes, packaging et processus.
- Les conseils pour optimiser les éléments du marketing mix.
- Les actions de positionnement sur le marché

### Organiser sa prospection

- Le CRM et son utilité dans la prospection commerciale
- Le phoning
- L'organisation de la tournée commerciale

### Mesurer sa performance

- Mise en place d'indicateurs de la performance

## Compétences obtenues

- À l'issue de la formation, l'apprenant aura toutes les compétences nécessaires à la conception et la mise en place d'une stratégie d'entreprise efficace

## Méthode & moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et d'échanges
- Les formations peuvent se réaliser à distance
- Évaluation via un quiz de fin de formation

## Public concerné :

Toute personne travaillant dans le commerce souhaitant acquérir et définir une stratégie commerciale et marketing pertinente.

## Participants - Durée :

- 1 à 12 participants
- 2 jours (14 heures)

## Prérequis :

Aucun

**Pour aller + loin :** notre formation  
Techniques de ventes et de négociation

## Formateur :

Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais  
Code formation : LMC-SSE

## Notre +

Formateur Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.13

## Coût pédagogique :

- **inter entreprises** : 175€ TTC /pers. /jour (7 pers. minimum)
- **intra entreprise** : 1200 € par jour, jusqu'à 3 personnes (et 200 € /jour et par personne supplémentaire)

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- Calendrier fixe pouvant être adapté aux stagiaires.
- Toutes nos formations sont proposées à intervalles réguliers

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



et



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

## Objectifs pédagogiques

- Comprendre les principaux concepts, bien analyser les enjeux du marketing et le rôle de ces derniers dans l'entreprise
- Intégrer la démarche marketing dans la stratégie de performance de l'entreprise
- Analyser le fonctionnement, le langage et les outils du marketing

## Programme pédagogique

### Histoire du marketing

- C'est quoi le marketing ?
- Ses objectifs ?
- La place du marketing dans l'entreprise
- L'évolution du marketing avec la révolution digitale

### Cibler et définir sa stratégie marketing

- Segmentation
- Système d'information marketing
- Cibler et définir sa stratégie
- Le positionnement
- Les études de marché qualitatives et quantitatives
- Le marketing opérationnel

### Découvrir, comprendre et pratiquer la démarche marketing

- Ansoff
- BCG
- SWOT
- Forces de Porter
- Chaîne de valeurs
- McKinsey
- PESTEL (Politique, Economique, Sociologique, Technologique, Ecologique, Légal)

### Synthèse de la session

Réflexion et observation sur les enjeux et les applications concrètes que chaque stagiaire peut mettre en place dans son environnement

Proposition d'actions concrètes : étude de marché, recherche de création de valeur par la mise en avant des facteurs clés de succès de l'entreprise.

## Compétences obtenues

- À l'issue de la formation, l'apprenant aura toutes les compétences nécessaires pour augmenter l'efficacité de ses actions marketing

## Méthode & moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et d'échanges
- Les formations peuvent se réaliser à distance
- Évaluation via un quiz de fin de formation

## Public concerné :

Chefs de produits, directeurs commerciaux, commerciaux, acheteurs, personnes en charge du marketing

## Participants - Durée :

- 1 à 12 participants
- 2 jours (14 heures)

## Prérequis :

Aucun

**Pour aller + loin :** notre formation Solutions de stratégies d'entreprise

## Formateur :

Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais  
Code formation : LMC-RSM

## Notre +

Formateur Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.14

## Coût pédagogique :

- **inter entreprises** : 175€ TTC /pers. /jour (7 pers. minimum)
- **intra entreprise** : 1200 € par jour, jusqu'à 3 personnes (et 200 € /jour et par personne supplémentaire)

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- Calendrier fixe pouvant être adapté aux stagiaires.
- Toutes nos formations sont proposées à intervalles réguliers

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



et



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**



# MAÎTRISER SA COMMUNICATION INTERPERSONNELLE ET SON LEADERSHIP

## Objectifs pédagogiques

- Analyser les impacts de vos comportements sur votre leadership et sur l'efficacité professionnelle
- S'approprier les nouveaux réflexes du leader d'équipe
- Développer ses aptitudes à la communication interpersonnelle
- Identifier les besoins relationnels et les comportements associés

## Programme pédagogique

### La connaissance de soi et le développement de l'affirmation positive

- S'affirmer et développer son cadre comportemental ouvert
- Développer son assertivité
- Être présent à soi et aux autres
- Accroître son influence personnelle
- Développer son action et sa distanciation
- Connaître ses modes interactifs
- Neutraliser ses freins et ses réticences
- Le concept de confiance

### La communication non verbale

Voix, gestuelle, posture, regard, les paramètres du non verbal

### Les postures et comportements propices à la construction du leadership

- L'ouverture et l'écoute
- La neutralité et les comportements introvertis
- La posture positive
- Qualité comportementale, stabilité, fiabilité et régularité
- L'intelligence émotionnelle

### La communication positive

- Bienveillance et empathie
- Les formes d'échanges propices au développement du leadership
- Communication positive et construction du collectif confiant
- Poser les conditions de la créativité et de l'innovation par le leadership positif

### Préparer efficacement une réunion

### Mettre les relations humaines au centre de la gestion d'équipe

## Compétences obtenues

- À l'issue de la formation, l'apprenant saura communiquer efficacement en entreprise

## Méthode & moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et d'échanges
- Les formations peuvent se réaliser à distance
- Évaluation via un quiz de fin de formation

## Public concerné :

Tout manager et dirigeant qui souhaite maîtriser l'art de communiquer pour relever les défis relationnels (motiver, influencer, convaincre, recadrer ...).

## Participants - Durée :

- 1 à 12 participants
- 2 jours (14 heures)

## Prérequis :

Il est recommandé d'avoir une connaissance générale de la fonction managériale

**Pour aller + loin :** notre formation Techniques de vente et de négociation

## Formateur :

Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais  
code formation : LMC-MCIL

## Notre +

Formateur Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.15

## Coût pédagogique :

- **inter entreprises** : 175€ TTC /pers. /jour (7 pers. minimum)
- **intra entreprise** : 1200 € par jour, jusqu'à 3 personnes (et 200 € /jour et par personne supplémentaire)

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- Calendrier fixe pouvant être adapté aux stagiaires.
- Toutes nos formations sont proposées à intervalles réguliers

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



et



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

## Objectifs pédagogiques

- Maîtriser les outils d'analyse financière de l'entreprise
- Élaborer un diagnostic, aidé à la prise de décision par la mise en pratique d'outils dynamiques
- Formuler un diagnostic financier pertinent
- Savoir définir la valeur financière d'une entreprise
- Évaluer la pertinence d'un investissement prévisionnel

## Programme pédagogique

### Introduction à la finance d'entreprise

- Les éléments du bilan comptable à utiliser en finance
- Les éléments du compte du résultat
- Les soldes intermédiaires de gestion
- Le Besoin en Fonds de roulement
- L'analyse financière par le calcul des 10 ratios flash

### La valorisation d'entreprise

- Pourquoi valoriser une entreprise ?
- Les différentes méthodes de valorisation

### La méthode de valorisation patrimoniale

- La définition et le calcul de l'actif net comptable
- La définition et le calcul de l'actif net comptable corrigé
- Le MEDAF
- Le goodwill, définition, méthodes et calculs

### La valorisation d'entreprise par le flux de trésorerie prévisionnelle

- Les cash-flows économiques et les cash-flows de financements
- La capacité d'autofinancement et les autres mesures de l'autofinancement
- Les tableaux de financement, présentation et interprétation
- Budget prévisionnel : la projection des recettes et des dépenses
- Plans de financement : le suivi de l'équilibre de la trésorerie dans le temps
- Mesure pluriannuelle de la rentabilité d'une opération : VAN, TRI et autres critères

### Etude de cas sur la valorisation financière d'une entreprise

### Optimiser un financement

## Compétences obtenues

- À l'issue de la formation, l'apprenant saura utiliser les données financières pour prendre les bonnes décisions d'investissement

## Méthode & moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et d'échanges
- Les formations peuvent se réaliser à distance
- Évaluation via un quiz de fin de formation

## Public concerné :

Dirigeants d'entreprise et responsables de services financiers.

## Participants - Durée :

- 1 à 12 participants
- 2 jours (14 heures)

## Prérequis :

Avoir des notions de comptabilité

**Pour aller + loin :** notre formation Solutions de stratégies d'entreprises

## Formateur :

Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais  
Code formation : LMC-FVE

## Notre +

Formateur Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.16

## Coût pédagogique :

- **inter entreprises** : 175€ TTC /pers. /jour (7 pers. minimum)
- **intra entreprise** : 1200 € par jour, jusqu'à 3 personnes (et 200 € /jour et par personne supplémentaire)

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- Calendrier fixe pouvant être adapté aux stagiaires.
- Toutes nos formations sont proposées à intervalles réguliers

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



et



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

## Objectifs pédagogiques

- Repérer les signes avant-coureurs d'un conflit naissant
- Prendre conscience de l'impact de votre comportement sur l'autre
- Adapter votre communication pour prévenir les conflits
- Impliquer votre interlocuteur dans la résolution de conflits
- Mener une négociation de sortie de conflit acceptable pour tous
- Appliquer des méthodes simples de résolution de conflits

## Programme pédagogique

### Les différents types de désaccords et de conflits (facteurs, causes ...)

- Les indicateurs de conflits
- Les conflits ouverts et fermés

### La psychologie du conflit

- Les facteurs du conflit : la peur, la force, l'équité
- Le centre du conflit

### Les causes de désaccords professionnels

- Les attitudes face au conflit
- Les comportements spontanés
- Repérer les jeux psychologiques pour mieux contourner
- Repérer ses préjugés et ses croyances
- Gérer ses émotions
- Mettre en place l'assertivité

### Approche constructive de résolution des conflits

- La spirale de l'agressivité
- Les comportements efficaces et inefficaces
- La phase préparatoire, le diagnostic, l'analyse des causes
- La recherche des solutions, la phase des enjeux
- Savoir sortir des situations de blocage
- Les compromis gagnant-gagnant
- Le contrat commun et l'après conflit

### La prévention des conflits

- Savoir exprimer les désaccords
- Utiliser la communication en situation de conflit de manière efficace pour favoriser l'écoute et la compréhension mutuelle
- Traiter les revendications et gérer les tensions
- Faire face aux tactiques et aux critiques
- Travailler avec une personne difficile
- Conseils personnalisés de l'animateur

## Compétences obtenues

- À l'issue de la formation, l'apprenant saura résoudre avec efficacité les conflits interpersonnels

## Méthode & moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et d'échanges
- Les formations peuvent se réaliser à distance
- Évaluation via un quiz de fin de formation

## Public concerné :

Toute personne amenée à gérer un conflit.

## Participants - Durée :

- 1 à 12 participants
- 2 jours (14 heures)

## Prérequis :

Aucun

**Pour aller + loin :** notre formation Maîtriser sa communication interpersonnelle et son leadership

## Formateur :

Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais  
code formation : LMC-GC

## Notre +

Formateur Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.17

## Coût pédagogique :

- **inter entreprises** : 175€ TTC /pers. /jour (7 pers. minimum)
- **intra entreprise** : 1200 € par jour, jusqu'à 3 personnes (et 200 € /jour et par personne supplémentaire)

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- Calendrier fixe pouvant être adapté aux stagiaires.
- Toutes nos formations sont proposées à intervalles réguliers

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

## Objectifs pédagogiques

- Comprendre la stratégie générale de l'entreprise et contribuer à l'élaboration et à la mise en œuvre de la politique achats
- Identifier, sélectionner, évaluer les fournisseurs et justifier votre choix
- Décomposer un prix d'achat
- Travailler plus efficacement avec vos clients internes et externes

## Programme pédagogique

### Le rôle de l'acheteur, le processus achat et ses enjeux

- Analyse fonctionnelle
- Analyse de risque
- Connaissances techniques dans le domaine d'achats
- Les différents postes dans les achats

### Sélection des fournisseurs (audit, critères de sélection ...)

- Exprimer le besoin et analyser le marché
- Identifier les acteurs et mettre en place une liste de fournisseurs potentiels
- La mise en place des critères de sélection

### Les stratégies et tactiques d'achat

- Exploration de la matrice P. Kraljic
- Les différents types de décision : contrat, fournisseur, produit
- Déploiement de la stratégie en fonction du contexte

### Structure et analyse d'un prix (savoir décomposer un prix)

- Les coûts fixes, les coûts variables, les charges directes, les charges indirectes
- Le coût de revient opérationnel

### Initiation à la négociation

- Un processus : préparation, action, réaction
- Des techniques et des comportements
- Le modèle VUCA
- Les différentes techniques des acheteurs professionnels

### Le contrat d'achat et ses points clés

## Compétences obtenues

- À l'issue de la formation, l'apprenant saura mettre en œuvre une véritable démarche achat/approvisionnement et en piloter la performance

## Méthode & moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et d'échanges
- Les formations peuvent se réaliser à distance
- Évaluation via un quiz de fin de formation

## Public concerné :

Toute personne ayant la responsabilité des achats et désireuse d'améliorer rapidement son efficacité dans ce poste.

## Participants - Durée :

- 1 à 12 participants
- 2 jours (14 heures)

## Prérequis :

Aucun

**Pour aller + loin :** notre formation Maîtriser sa communication interpersonnelle et son leadership

## Formateur :

Mr Monnereau Luc  
 bilingue anglais  
 Code formation : LMC-AL

## Notre +

Formateur Expert  
 25 ans d'expérience terrain

p.18

## Coût pédagogique :

- **inter entreprises** : 175€ TTC /pers. /jour (7 pers. minimum)
- **intra entreprise** : 1200 € par jour, jusqu'à 3 personnes (et 200 € /jour et par personne supplémentaire)

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- Calendrier fixe pouvant être adapté aux stagiaires.
- Toutes nos formations sont proposées à intervalles réguliers

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

## Objectifs pédagogiques

- Améliorer l'efficacité de l'accueil téléphonique par la confiance et l'aisance dans son expression et son comportement
- Mieux adapter l'attitude et le discours aux attentes de son interlocuteur
- Valoriser l'image de qualité de la société en réservant un accueil adapté et professionnel

## Programme pédagogique

- Harmoniser les pratiques liées à l'accueil téléphonique en entreprise
- Identifier les phrases d'introduction et de présentation dans le cadre de l'accueil téléphonique en entreprise
- Harmoniser ses pratiques et intégrer un vocabulaire commun : savoir déterminer les phrases clés liées à l'accueil téléphonique
- Appréhender les fondamentaux de la communication téléphonique en entreprise
- Le langage verbal au téléphone : savoir adapter et calibrer sa voix au téléphone
- Le débit et l'intonation au téléphone
- Savoir rythmer sa voix, assurer un discours dynamique et accueillant
- La notion de volume au téléphone : régler sa voix de façon à se faire entendre et ne pas agresser son interlocuteur
- Le vocabulaire conventionnel adapté au téléphone
- Les expressions standardisées de l'accueil téléphonique
- Focus sur la notion de langage positif
- Expressions et vocabulaire positifs pour mettre en valeur l'image de son entreprise ou sa structure
- Maîtriser les techniques professionnelles de l'accueil téléphone : les étapes indispensables
- La réception téléphonique ou comment transmettre une bonne image virtuelle ?
- Identifier les techniques permettant de prendre un message
- Traiter les demandes par téléphone avec méthode
- Savoir accueillir et identifier son interlocuteur avec méthode et techniques
- Identifier le service attendu par son interlocuteur
- Écouter la demande (développer l'attitude d'écoute)
- Poser les bonnes questions
- Reformuler les attentes (comprendre et diagnostiquer la situation)
- Proposer une solution, un transfert ou un rappel en fonction de la demande
- Maîtriser les situations fragiles et les clients difficiles au téléphone
- Retour sur le principe d'écoute active et passive (l'écoute professionnelle)
- Les fondamentaux de l'argumentation au service de l'accueil téléphonique
- Savoir répondre aux objections
- Mieux contrôler ses émotions et gérer son stress

## Compétences obtenues

- A l'issue de la formation le stagiaire sera capable de gérer ses appels téléphoniques de manière professionnelle et adaptée.

## Méthode & moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et d'échanges
- Les formations peuvent se réaliser à distance
- Évaluation via un quiz de fin de formation

## Public concerné :

Service Accueil, standard, hôtes et hôtesse d'accueil, personnel de l'entreprise amené à répondre au téléphone

## Participants - Durée :

- 1 à 12 personnes
- 1 jour (7 h)

## Prérequis :

Etre amené à répondre au téléphone quotidiennement

**Pour aller + loin :** notre formation Maîtriser sa communication interpersonnelle et son leadership

## Formateur :

Mr Monnereau Luc  
 bilingue anglais  
 Code formation : LMC-AT

## Notre +

Formateur Expert  
 25 ans d'expérience terrain

p.19

## Coût pédagogique :

- **inter entreprises** : 175€ TTC /pers. /jour (7 pers. minimum)
- **intra entreprise** : 1200 € par jour, jusqu'à 3 personnes (et 200 € /jour et par personne supplémentaire)

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- Calendrier fixe pouvant être adapté aux stagiaires.
- Toutes nos formations sont proposées à intervalles réguliers

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

## Objectifs pédagogiques

- Vous transmettre les modes de financement de la stratégie export
- Identification de l'interculturalité et fonctionnement de chaque pays
- Vous apporter les techniques de négociation internationale
- Utiliser les bonnes sources d'information à l'international

## Programme pédagogique

**Introduction :** Pourquoi exporter ? Comment trouver des clients à l'international ?

### Les différentes ressources pour exporter

- Les réseaux de vente à l'international : agents, distributeurs...
- Connaître les limites et avantages de chaque type d'intermédiaires.
- Obtenir les aides nationales et européennes pour mettre en place un réseau.

### Les marchés export et le potentiel de croissance (par pays)

- Choisir le bon réseau de distribution

### Les 6 erreurs à ne pas commettre à l'export

### Les différences culturelles et les pratiques commerciales par pays

- La matrice interculturelle
- Les do and do not de la négociation internationale

### Boîte à outils opérationnelle

- Les incoterms
- Les méthodes de paiement à l'export
- L'élaboration d'un budget d'investissement pour réussir une stratégie export
- La préparation d'un planning de prospection
- La sélection et la préparation d'un salon à l'export
- Le réseau institutionnel français : obtenir la bonne information

## Compétences obtenues

- À l'issue de la formation le stagiaire saura analyser et planifier le développement à l'export de l'entreprise

## Méthode & moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et d'échanges
- Les formations peuvent se réaliser à distance
- Évaluation via un quiz de fin de formation

## Public concerné :

Toute personne travaillant dans le commerce souhaitant développer son activité commerciale à l'export.

## Participants - Durée :

- 1 à 12 personnes
- 2 jours (14h)

## Prérequis :

Aucun

**Pour aller + loin :** notre formation Techniques de vente et de négociation

### Formateur :

Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais  
Code formation : LMC-SEXP

### Notre +

Formateur Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.20

## Coût pédagogique :

- **inter entreprises** : 175€ TTC /pers. /jour (7 pers. minimum)
- **intra entreprise** : 1200 € par jour, jusqu'à 3 personnes (et 200 € /jour et par personne supplémentaire)

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- Calendrier fixe pouvant être adapté aux stagiaires.
- Toutes nos formations sont proposées à intervalles réguliers

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

## Objectifs pédagogiques

- Proposer un parcours d'intégration efficace et adapté aux nouveaux salariés
- Planifier le parcours de formation du nouveau collaborateur à son poste
- S'assurer de la bonne insertion du salarié dans l'entreprise, dans l'équipe et à son poste et intervenir dans le cas contraire
- Accompagner le salarié en prenant en compte son bien-être et sa motivation

## Programme pédagogique

### Structurer un parcours d'intégration

- Le rôle de l'intégrateur : entre formateur, mentor et coach
- La connaissance de l'entreprise : maîtriser les valeurs / la culture de l'organisation, la stratégie, le contexte d'embauche
- Adapter le parcours d'intégration à vos spécificités d'entreprise
- Préparer l'accueil du nouveau collaborateur (intégration et fidélisation)
- Les facteurs de bonne intégration : mettre en place des comportements facilitants
- Le suivi du nouveau salarié au cours de son intégration
- L'évaluation et le retour d'expérience
- L'intégration et la fidélisation des collaborateurs des générations X, Y et Z.
- La prise de poste : s'attacher à des enjeux / des missions opérationnelles (objectifs SMART)
- L'élaboration du livret d'accueil et le recours systématique au REX (retour d'expérience), document standardisé d'objectivation

### Mettre en place un accompagnement adapté et s'assurer de son efficacité

- Développer son positionnement de manager-coach
- Utiliser les bonnes méthodes pédagogiques
- Déléguer et contrôler à bon escient : suivre les étapes d'acquisition
- Organiser la formation pratique par étapes
- Evaluer l'état des connaissances et les acquis nécessaires en fonction du référentiel métier du poste occupé

## Compétences obtenues

- A l'issue de la formation l'apprenant sera capable en toute quiétude d'accueillir les nouveaux collaborateurs.

## Méthode & moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et d'échanges
- Les formations peuvent se réaliser à distance
- Évaluation via un quiz de fin de formation

## Public concerné :

RH, Directeurs et Managers qui jouent un rôle dans l'intégration des nouveaux collaborateurs

## Participants - Durée :

- 1 à 12 personnes
- 1 jour (7h)

## Prérequis :

Aucun

**Pour aller + loin :** notre formation Maîtriser sa communication interpersonnelle et son leadership

## Formateur :

Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais  
Code formation : LMC-AIC

## Notre +

Formateur Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.21

## Coût pédagogique :

- **inter entreprises** : 175€ TTC /pers. /jour (7 pers. minimum)
- **intra entreprise** : 1200 € par jour, jusqu'à 3 personnes (et 200 € /jour et par personne supplémentaire)

## Lieu :

- France entière

## Dates :

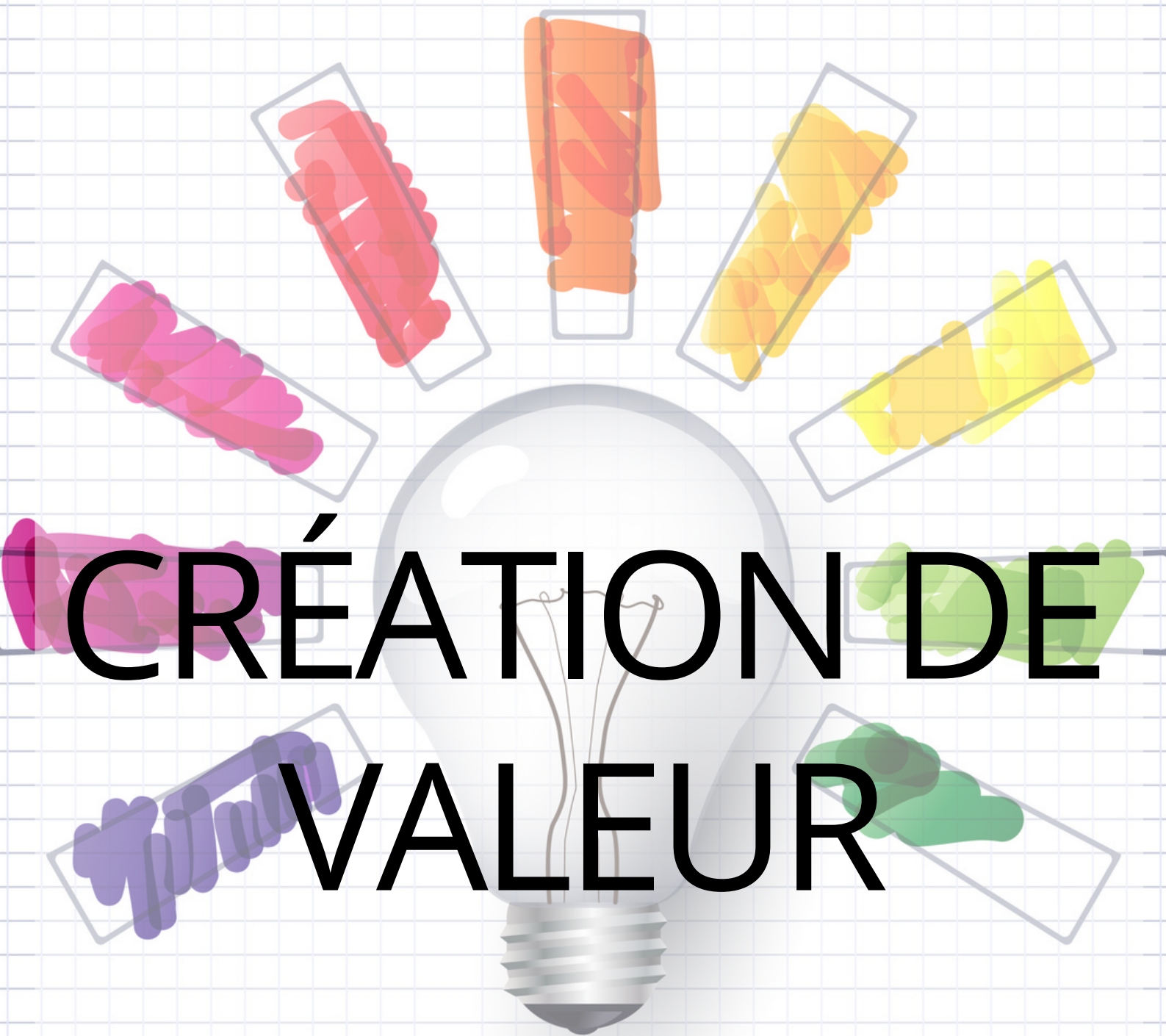
- Calendrier fixe pouvant être adapté aux stagiaires.
- Toutes nos formations sont proposées à intervalles réguliers

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**



# CRÉATION DE VALEUR

CREATIVITY

LOADING...

**Bon à savoir :**

• Agrément n° 75331154533

p.22



## Nos valeurs

Nous nous engageons pleinement à contribuer au succès de nos clients. Nous mettons toutes nos moyens à leur disposition en prenant en considération leur expérience passée qui est une ressource clé. Nous nous engageons à générer de la valeur ajoutée pour nos clients, afin d'amortir plusieurs fois leur investissement. Il ne s'agit pas simplement de donner des idées ou de faire des présentations : nous contribuons véritablement à instaurer des changements tangibles et positifs au sein des organisations de nos clients.

**BONUS!**

**Nous vous proposons de constituer vous-même votre formation :**

### LE PRINCIPE

- Je pioche **dans l'ensemble du catalogue** les thématiques et/ou les points de programmes que je souhaite apprendre, améliorer ou mettre en pratique
- My LMC **constitue votre plan pédagogique**, calcule la durée de votre formation et vous propose un devis

### LE BUT

- Etre au plus proche de vos attentes et **répondre à vos besoins**
- **Vous accompagner** dans la performance et dans le pilotage global de votre entreprise.
- **Vous conseiller** dans votre gestion générale et dans la mise en place de votre stratégie.

**Coût pédagogique sur devis**

### Méthode & moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et d'échanges
- Les formations peuvent se réaliser à distance

**Formateur :**  
Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais  
*Code formation : LMC-PERSO*

**Notre +**  
Formateur Expert  
25 ans d'expérience terrain

### Lieu :

- France entière

### Dates :

- A établir avec le(s) stagiaire(s).

p.23

**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

## Objectifs pédagogiques

- Acquérir les bases de la création d'entreprise
- Déterminer un modèle économique viable
- Rédiger son plan d'affaires
- Identifier ses financements
- Appréhender les formalités administrative de création de mon entreprise

## Programme pédagogique

### Construire ma stratégie d'entreprise

- Quelle sera mon offre de produits et de services ?
- Quelle sera ma politique commerciale ?
- Quelle sera mon organisation humaine et matérielle ?

### Préparer mes prévisions financières

- Organiser mon plan de financement initial
- Élaborer mon compte de résultat prévisionnel sur 3 ans et mon seuil de rentabilité
- Réaliser mon plan de trésorerie sur 1 an

### Choisir mon organisation juridique, fiscale et sociale

- Choisir la forme juridique la plus adaptée à ma structure
- Appréhender la fiscalité de mon entreprise
- Aborder la couverture sociale obligatoire et facultative

### Rédiger mon business plan et ma recherche de financement

- Construire et valider mon business plan
- Trouver mon partenaire bancaire
- Recherche des aides

### Apprendre l'art du pitch

- Présenter mon pitch de manière gagnante

### Appréhender les formalités administratives de création de mon entreprise

- Comprendre les formalités d'immatriculation et les obligations suivant mes statuts

## Compétences obtenues

- À l'issue de la formation le stagiaire aura toutes les clés pour la création de son entreprise

## Méthode & moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et d'échanges
- Les formations peuvent se réaliser à distance
- Évaluation via un quiz de fin de formation

## Public concerné :

Toute personne souhaitant se lancer dans la création d'une entreprise .

## Participants - Durée :

- 1 à 12 personnes
- 8 jours (56h)

## Prérequis :

Être porteur d'un projet de création d'entreprise

**Pour aller + loin :** notre formation Accueil et intégration des collaborateurs

## Formateur :

Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais  
Code formation : LMC-CV-CB

## Notre +

Formateur Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.24

## Coût pédagogique :

- **inter entreprises** : 175€ TTC /pers. /jour (7 pers. minimum)
- **intra entreprise** : 1200 € par jour, jusqu'à 3 personnes (et 200 € /jour et par personne supplémentaire)

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- Calendrier fixe pouvant être adapté aux stagiaires.
- Toutes nos formations sont proposées à intervalles réguliers

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

## Objectifs pédagogiques

- Acquérir les bases du parcours de la reprise d'entreprise
- Déterminer la viabilité du modèle économique existant
- Rédiger son plan d'affaires
- Identifier ses financements
- Appréhender les formalités administratives de reprise d'entreprise

## Programme pédagogique

### Réaliser mon étude de marché

- Connaître le contexte de mon futur secteur d'activités et les différents acteurs de mon environnement économique

### Construire ma stratégie d'entreprise

- Évaluer l'offre de produits et de services existants
- Quelle sera ma politique commerciale ?
- Effectuer les diagnostics internes de l'entreprise reprise (stratégie, marketing, RH, juridique...)

### Préparer mes prévisions financières

- Construire l'évaluation financière de l'entreprise en organisant mon plan de financement
- Élaborer mon compte de résultat prévisionnel sur 3 ans et mon seuil de rentabilité
- Réaliser mon plan de trésorerie sur 1 an

### Choisir mon organisation juridique, fiscale et sociale

- Optimiser le montage juridico-social-fiscal en tenant compte de ses problématiques patrimoniales personnelles
- Élaborer mon plan d'actions post-reprise
- Aborder la couverture sociale obligatoire et facultative

### Rédiger mon business plan et ma recherche de financement

- La présentation et la maîtrise du contenu du business plan de reprise
- Trouver mon partenaire bancaire
- Recherche des aides

### Apprendre l'art du Pitch

- Présenter mon Pitch de manière gagnante

### Appréhender les formalités administrative de reprise de mon entreprise

- Comprendre les formalités du parcours de reprise d'une entreprise

## Compétences obtenues

- À l'issue de la formation le stagiaire aura toutes les clés pour procéder à la reprise de l'entreprise rêvée.

## Méthode & moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et d'échanges
- Les formations peuvent se réaliser à distance
- Évaluation via un quiz de fin de formation

## Public concerné :

Toute personne souhaitant se lancer dans la reprise d'une entreprise déjà choisie.

## Participants - Durée :

- 1 à 12 personnes
- 6 jours (42h)

## Prérequis :

Être porteur d'un projet de reprise d'entreprise

**Pour aller + loin :** notre formation  
 Accueil et intégration des collaborateurs

## Formateur :

Mr Monnereau Luc  
 bilingue anglais  
 Code formation : LMC-CV-RE

## Notre +

Formateur Expert  
 25 ans d'expérience terrain

p.25

## Coût pédagogique :

- **inter entreprises** : 175€ TTC /pers. /jour (7 pers. minimum)
- **intra entreprise** : 1200 € par jour, jusqu'à 3 personnes (et 200 € /jour et par personne supplémentaire)

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- Calendrier fixe pouvant être adapté aux stagiaires.
- Toutes nos formations sont proposées à intervalles réguliers

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

# CRÉATION DE VALEUR : JE SUIS REPRENEUR D' ENTREPRISE

## Objectifs pédagogiques

- Acquérir les bases du parcours de la reprise d'Entreprise
- Faire correspondre ses valeurs avec la reprise d'Entreprise
- Établir le diagnostic du modèle économique existant
- Négocier avec le cédant
- Intégrer le facteur humain dans la réalisation du projet
- Organiser son entrée dans l'entreprise

## Programme pédagogique

### Parcours de reprise

- Analyser l'ensemble des étapes du processus de reprise
- Identifier les acteurs de conseils et de prescriptions

### Feuille de route

- Faire concorder l'entrepreneur et son envie de reprise
- Vérifier l'adaptation homme-projet
- Élaborer une stratégie de recherche de cibles

### Établir un diagnostic

- Connaître le contexte du secteur d'activité, les différents acteurs, et l'environnement économique
- Établir les diagnostics internes de l'Entreprise
- Évaluer la situation financière de l'Entreprise
- Monter un dossier juridico-social-fiscal en tenant compte de ses moyens propres
- Élaborer un plan d'actions post reprise
- Apprendre la présentation et la maîtrise du contenu du business plan de reprise

### Négocier

- Comprendre le cédant pour réussir sa négociation
- L'art de la négociation et du Pitch
- Préparation de mon entrée dans l'Entreprise et passation de flambeau

### Appréhender les formalités administrative de reprise de mon entreprise

- Comprendre les formalités du parcours de reprise d'une entreprise

## Compétences obtenues

- À l'issue de la formation le stagiaire aura acquis toutes les clés pour procéder à la reprise d'une Entreprise car il saura : définir son projet de reprise, trouver et analyser les Entreprises à reprendre et adapter sa technique de négociation et de communication.

## Méthode & moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et d'échanges
- Les formations peuvent se réaliser à distance
- Évaluation via un quiz de fin de formation

## Public concerné :

Toute personne souhaitant se lancer dans la reprise d'Entreprise.

## Participants - Durée :

- 1 à 12 personnes
- 6 jours (42h)

## Prérequis :

Souhaiter devenir repreneur d'Entreprises

**Pour aller + loin :** notre formation  
Accueil et intégration des collaborateurs

## Formateur :

Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais  
code formation : LMC-CV-REE

## Notre +

Formateur Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.26

## Coût pédagogique :

- **inter entreprises** : 175€ TTC /pers. /jour (7 pers. minimum)
- **intra entreprise** : 1200 € par jour, jusqu'à 3 personnes (et 200 € /jour et par personne supplémentaire)

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- Calendrier fixe pouvant être adapté aux stagiaires.
- Toutes nos formations sont proposées à intervalles réguliers

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**



VITICULTURE

OENOLOGIE

ET

OENO-

TOURISME

## Objectifs pédagogiques

- Acquérir les bases de la culture de la vigne
- Connaître les différentes méthodes de vinification
- Posséder une culture viti-vinicole globale
- Comprendre la partie technique du monde du vin

## Programme pédagogique

### Histoire et importance économique de la vigne et du vin, connaissance de la vigne

#### Culture de la vigne

- Cycle végétatif de la vigne
- Taille de la vigne
- Entretien des sols
- Récolte des raisins

#### Vinification en blanc

- vendange, éraflage et foulage, égouttage, macération pelliculaire, pressurage, clarification, levurage, fermentation alcoolique, contrôle des températures, décuage, fermentation malolactique, soutirage, différents types d'élevage, assemblage, embouteillage.

#### Vinification en rouge et rosé

- vendange, tri de baies, éraflage et foulage, cuvaison, ajout de So<sub>2</sub>, levurage, macération, fermentation alcoolique, extraction, délestage et remontages, pigeage, écoulage, pressurage, fermentation malolactique, soutirage, collage, différents types d'élevage, assemblage, embouteillage.

#### Vinification vins effervescents

- vinification du vin de base, méthode Charmat, méthode traditionnelle, ajout de la liqueur de tirage, prise de mousse, ajout de la liqueur d'expédition, embouteillage.

#### Dégustation de 6 vins

## Compétences obtenues

- A l'issue de la formation le stagiaire sera capable de maîtriser les bases de l'ensemble des activités du viticulteur et du maître de chai.

## Méthode & moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et d'échanges
- Les formations peuvent se réaliser à distance
- Évaluation via un quiz de fin de formation

## Public concerné :

Professionnel du monde de la restauration et de la gastronomie  
Amateur souhaitant acquérir les bases en viticulture et en vinification

## Participants - Durée :

- 1 à 12 personnes
- 2 jours (14h)

## Prérequis :

Aucun

**Pour aller + loin :** notre formation dégustation des vins

## Formateur :

Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais  
Code formation : LMC-DVOE

## Notre +

Formateur Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.28

## Coût pédagogique en groupe

- **inter entreprises** : 200€ TTC/ pers./jour (7 pers. min)
- **intra entreprise** : 1400 € par jour, jusqu'à 3 personnes (et 250 €/jour et par personne supplémentaire)

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- Calendrier fixe pouvant être adapté aux stagiaires
- Toutes nos formations sont proposées à intervalles réguliers

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



et



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

## Objectifs pédagogiques

- Savoir accueillir les visiteurs, apprendre à vendre dans un contexte de vente sédentaire
- Déclencher les ventes additionnelles (professionnels et particuliers)
- Transmettre les compétences et les bonnes attitudes à ses collègues et/ou collaborateurs.

## Programme pédagogique

- La notion d'accueil au caveau
- La mise en place d'un dispositif dynamique favorisant la vente au caveau
- La construction de l'offre en magasin (offre produits, accessoires, services)
- Mise en pratique : lister un catalogue d'offres promotionnelles, dérouler un rétroplanning
- L'animation d'un magasin
- Les différents types de vente sédentaire : vente en direct, salons et foires, magasins traditionnels (cavistes)
- Les spécificités de l'accueil d'une clientèle étrangère
- Les différents profils des clients et comment les gérer
- La fidélisation de la vente au caveau
- L'organisation d'une animation : mise en place de l'évènement, préparation, rétroplanning, mise en œuvre, formalisation des outils et des moyens, mise en place d'indicateurs de performance
- Comprendre les notions de courbe de vie du produit (lancement, développement, maturité, déclin), les tendances du marché et les attentes des consommateurs (B to C) et acheteurs (B to B). Les différents profils d'acheteurs professionnels. La saisonnalité des ventes. La mise en place d'actions commerciales pour dynamiser le point de vente
- Gestion de l'équipe : planification, recrutement, gestion du stress et des conflits. Intégration, formation et fidélisation

## Compétences obtenues

- A l'issue de la formation le stagiaire aura toutes les clés de la vente en magasin (accueil, vente, produits, animation...)

## Méthode & moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et d'échanges
- Les formations peuvent se réaliser à distance
- Évaluation via un quiz de fin de formation

## Public concerné :

Salariés en lien avec la relation clients (vente directe aux consommateurs, vente aux professionnels, commerciaux, ..) et aux exploitants.

## Participants - Durée :

- 1 à 12 personnes
- 2 jours (14h)

## Prérequis :

Être en situation de relation clients en magasin.

**Pour aller + loin :** notre formation  
Technique de vente et de négociation

## Formateur :

Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais  
Code formation : LMC-AVC

## Notre +

Formateur Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.29

## Coût pédagogique :

- **inter entreprises** : 175€ TTC /pers. /jour (7 pers. minimum)
- **intra entreprise** : 1200 € par jour, jusqu'à 3 personnes (et 200 € /jour et par personne supplémentaire)

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- Calendrier fixe pouvant être adapté aux stagiaires
- Toutes nos formations sont proposées à intervalles réguliers

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

## Objectifs pédagogiques

- Vous transmettre les modes de financement de la stratégie export
- Identification de l'interculturalité et fonctionnement de chaque pays
- Vous apporter les techniques de négociation internationale
- Utiliser les bonnes sources d'information à l'international

## Programme pédagogique

### Introduction :

- Pourquoi exporter ?
- Comment prospecter à l'international ?

### Les différentes ressources pour exporter

- Les réseaux de vente à l'international : agents, distributeurs...
- Connaître les limites et avantages de chaque type d'intermédiaires.
- Obtenir les aides nationales et européennes pour mettre en place un réseau.

### Les marchés export et le potentiel de croissance (par pays)

- Choisir le bon réseau de distribution

### Les 6 erreurs à ne pas commettre à l'export

### Les différences culturelles et les pratiques commerciales par pays

- La matrice interculturelle
- Les do and do not de la négociation internationale

### Boîte à outils opérationnelle

- Les incoterms
- Les méthodes de paiement à l'export
- L'élaboration d'un budget d'investissement pour réussir une stratégie export
- La préparation d'un planning de prospection
- La sélection et la préparation d'un salon à l'export
- Le réseau institutionnel français : obtenir la bonne information

## Compétences obtenues

- À l'issue de la formation le stagiaire saura analyser et planifier la vente à l'export de Champagne.

## Méthode & moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et d'échanges
- Les formations peuvent se réaliser à distance
- Évaluation via un quiz de fin de formation

## Public concerné :

Salariés de la fonction commerciale et exploitants (filières viticoles).

## Participants - Durée :

- 1 à 12 personnes
- 2 jours (14h)

## Prérequis :

Avoir des notions d'anglais et de vente

**Pour aller + loin :** notre formation Techniques de vente et de négociation

## Formateur :

Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais  
Code formation : LMC-REC

## Notre +

Formateur Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.30

## Coût pédagogique :

- **inter entreprises** : 175€ TTC /pers. /jour (7 pers. minimum)
- **intra entreprise** : 1200 € par jour, jusqu'à 3 personnes (et 200 € /jour et par personne supplémentaire)

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- Calendrier fixe pouvant être adapté aux stagiaires
- Toutes nos formations sont proposées à intervalles réguliers

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**



## Objectifs pédagogiques

- Comprendre l'intérêt d'une telle compétence dans la perspective d'augmenter l'activité vin de l'établissement
- Connaître les techniques viticoles, la vinification en : blanc, rouge et des vins effervescents
- Savoir déguster un vin
- Se former aux régions viticoles françaises
- Maîtriser les accords mets et vins
- Obtenir une vue d'ensemble du marché du vin
- S'informer sur les diplômes en dégustation de vins

## Programme pédagogique

### Partie théorique :

- Terroirs et techniques viticoles
- Les différentes étapes de la dégustation
- Comprendre l'équilibre d'un vin : les différents composants du vin
- Accords mets et vins
- Marché du vin
- Diplômes en dégustation des vins - écoles, reconnaissance internationale

### Partie pratique :

- Les étapes de la dégustation
- Le vocabulaire de la dégustation
- Développer son nez : jeu des odeurs
- La bouche : goût, caudalie
- Juger du potentiel de garde d'un vin

### Dégustation de 6 vins

## Compétences obtenues

- À l'issue de la formation le stagiaire possède des bases théoriques et pratiques dans la dégustation des vins

## Méthode & moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et d'échanges
- Les formations peuvent se réaliser à distance
- Évaluation via un quiz de fin de formation

## Public concerné :

Exploitants d'un établissement de restauration, artisans des métiers de bouche. Ainsi que toutes les personnes voulant apprendre ou perfectionner ses connaissances des vins et dégustation.

## Participants - Durée :

- 2 à 12 personnes
- 2 jours (14h)

## Prérequis :

Aucun

**Pour aller + loin :** notre formation Viticulture et œnologie

## Formateur :

Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais  
Code formation : LMC-DV

## Notre +

Formateur Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.31

## Coût pédagogique en groupe

- **inter entreprises** : 200€ TTC/ pers./jour (7 pers. min)
- **intra entreprise** : 1400 € par jour, jusqu'à 3 personnes (et 250 €/jour et par personne supplémentaire)

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- Calendrier fixe pouvant être adapté aux stagiaires
- Toutes nos formations sont proposées à intervalles réguliers

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

## Objectifs pédagogiques

- Comprendre l'intérêt de proposer une carte des vins diversifiée en termes de style, de régions viticoles et de tarifs
- Construire une carte de vins pertinente adaptée au style de l'établissement
- Trouver les méthodes et astuces qui permettent d'optimiser la rentabilité de la carte des vins
- Obtenir des recommandations concrètes de réalisation d'une carte des vins dans le cadre d'un projet précis

## Programme pédagogique

- Les régions viticoles de France : catégorisation : régions, couleurs, cépages, spécificités (crus, cuvées, médailles...) pour constituer une gamme variée.
- Classer les clients de restaurant d'aujourd'hui pour identifier leurs attentes.
- L'architecture type d'une carte des vins et les méthodes pour vendre plus.
- Etablissement de la carte des vins suivant différents critères : alliance mets et vins, budget, disponibilité stock, capacité de logement.
- Fixation des prix et notion du coefficient. Gestion de la cave centrale et de la cave du jour.
- Relations avec les fournisseurs.
- Présentation de la carte : Rédaction et création de la carte (conditions réglementaires et éléments promotionnels). Techniques de conseils et argumentations de vente.
- Les différentes formes de vente des vins en restaurant. Dégustation commentée d'une gamme de vins pour un type de carte.
- Conseiller et vendre un vin via sa description et sa présentation, une mise en valeur. Arguments œnologiques et gastronomiques.
- La politique tarifaire de la carte des vins.

## Dégustation de 6 vins

## Compétences obtenues

- A l'issue de la formation, l'apprenant est capable de créer et gérer sa carte des vins.

## Méthode & moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et d'échanges
- Les formations peuvent se réaliser à distance
- Évaluation via un quiz de fin de formation

## Public concerné :

Exploitants d'un établissement de restauration (hôtel-restaurant, traiteur, brasserie, restauration rapide...)

## Participants - Durée :

- 1 à 12 personnes
- 1 jour (7h)

## Prérequis :

Connaissances en vins au niveau débutant

**Pour aller + loin :** Notre formation  
Dégustation des vins

## Formateur :

Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais  
Code formation : LMC-COCVR

## Notre +

Formateur Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.32

## Coût pédagogique en groupe

- **inter entreprises** : 200€ TTC/ pers./jour (7 pers. min)
- **intra entreprise** : 1400 € par jour, jusqu'à 3 personnes (et 250 €/jour et par personne supplémentaire)

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- Calendrier fixe pouvant être adapté aux stagiaires
- Toutes nos formations sont proposées à intervalles réguliers

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

## Objectifs pédagogiques

- Comprendre les typologies des vins
- Connaître les vins de la Vallée de La Loire et ses sous-régions
- Connaître les vins de Champagne et les différences entre chaque terroir
- Connaître les vins de Bourgogne et les différences entre chaque terroir
- Associer l'accord mets et vins selon la couleur et le style de vins

## Programme pédagogique

- Histoire vini-viticole des grandes régions : Vallée de la Loire, Champagne, Bourgogne
- Notion de terroir
- Sols
- Cépages
- Techniques viticoles : implantation, taille, cycle annuel, vendanges
- Techniques de la vinification : vins blancs, rouges, rosés et effervescents
- L'art de la dégustation et du service
- Présentation des vins du Pays Nantais : spécificité géographique, cépages, style des vins, accord mets-vins, structure de gamme
- Présentation des vins d'Anjou : spécificité géographique, cépages, style des vins, accord mets-vins, structure de gamme
- Présentation des vins de la Touraine : spécificité géographique, cépages, style des vins, accord mets-vins, structure de gamme
- Présentation des vins du Centre : spécificité géographique, cépages, style des vins, accord mets-vins, structure de gamme
- Présentation des vins du Champagne : spécificité géographique, cépages, style des vins, accord mets-vins, structure de gamme
- Présentation des vins de la Bourgogne par appellation : spécificité géographique, cépages, style des vins, accord mets-vins, structure de gamme

## Dégustation de 6 vins

## Compétences obtenues

- A l'issue de la formation le stagiaire connaît et comprend la spécificité des vins de la Vallée de la Loire, champenois et bourguignons

## Méthode & moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et d'échanges
- Les formations peuvent se réaliser à distance
- Évaluation via un quiz de fin de formation

## Public concerné :

Amateurs ou professionnels souhaitant acquérir des connaissances en vins dans les régions viticoles explorées

## Participants - Durée :

- 1 à 12 personnes
- 2 jours (14h)

## Prérequis :

Connaissances en vins au niveau débutant

**Pour aller + loin :** notre formation  
Viticulture et œnologie

## Formateur :

Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais  
Code formation : LMC-GVNF

## Notre +

Formateur Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.33

## Coût pédagogique en groupe

- **inter entreprises** : 200€ TTC/ pers./jour (7 pers. min)
- **intra entreprise** : 1400 € par jour, jusqu'à 3 personnes (et 250 €/jour et par personne supplémentaire)

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- Calendrier fixe pouvant être adapté aux stagiaires
- Toutes nos formations sont proposées à intervalles réguliers

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

## Objectifs pédagogiques

- Comprendre les typologies des vins
- Connaître les vins de Bordeaux et la différence entre chaque terroir
- Connaître les vins de Sud-Ouest et ses sous-régions
- Associer l'accord mets et vins selon la couleur et le style de vins

## Programme pédagogique

- Histoire vini-viticole des grandes régions : Bordeaux, Sud-Ouest
- Notion de terroir
- Sols
- Cépages
- Techniques viticoles : implantation, taille, cycle annuel, vendanges
- Techniques de la vinification : vins blancs, rouges, rosés et effervescents
- L'art de la dégustation et du service
- Présentation des vins de Rive Droite, Entre-Deux-Mers et Côtes de Bordeaux : spécificité géographique, cépages, style des vins, accord mets-vins, structure de gamme
- Présentation des vins de la Rive Gauche : spécificité géographique, cépages, style des vins, accord mets-vins, structure de gamme
- Présentation des vins de la Moyenne Garonne : spécificité géographique, cépages, style des vins, accord mets-vins, structure de gamme
- Présentation des vins du Bergeracois et Duras : spécificité géographique, cépages, style des vins, accord mets-vins, structure de gamme
- Présentation des vins du piémont du Massif Central : spécificité géographique, cépages, style des vins, accord mets-vins, structure de gamme
- Présentation des vins du piémont Pyrénéen : spécificité géographique, cépages, style des vins, accord mets-vins, structure de gamme

## Dégustation de 6 vins

## Compétences obtenues

- A l'issue de la formation le stagiaire connaît et comprend la spécificité des vins de Bordeaux et du Sud-Ouest

## Méthode & moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et d'échanges
- Les formations peuvent se réaliser à distance
- Évaluation via un quiz de fin de formation

## Public concerné :

Amateurs ou professionnels souhaitant acquérir des connaissances en vins dans les régions viticoles explorées

## Participants - Durée :

- 1 à 12 personnes
- 2 jours (14h)

## Prérequis :

Connaissances en vins au niveau débutant

**Pour aller + loin :** notre formation  
Viticulture et œnologie

## Formateur :

Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais  
Code formation : LMC-GVSF1

## Notre +

Formateur Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.34

## Coût pédagogique en groupe

- **inter entreprises** : 200€ TTC/ pers./jour (7 pers. min)
- **intra entreprise** : 1400 € par jour, jusqu'à 3 personnes (et 250 €/jour et par personne supplémentaire)

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- Calendrier fixe pouvant être adapté aux stagiaires
- Toutes nos formations sont proposées à intervalles réguliers

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

### Objectifs pédagogiques

- Comprendre les typologies des vins
- Connaître les vins de Languedoc - Roussillon et la différence entre chaque terroir
- Connaître les vins de Vallée du Rhône
- Connaître les vins de Provence
- Associer l'accord mets et vins selon la couleur et le style de vins

### Programme pédagogique

- Histoire vini-viticole des grandes régions : Languedoc-Roussillon, Vallée du Rhône et Provence
- Notion de terroir
- Sols
- Cépages
- Techniques viticoles : implantation, taille, cycle annuel, vendanges
- Techniques de la vinification : vins blancs, rouges, rosés et effervescents
- L'art de la dégustation et du service
- Présentation des vins de Languedoc : spécificité géographique, cépages, style des vins, accord mets-vins, structure de gamme
- Présentation des vins de Roussillon : spécificité géographique, cépages, style des vins, accord mets-vins, structure de gamme
- Présentation des vins du Vallée du Rhône Méridional : spécificité géographique, cépages, style des vins, accord mets-vins, structure de gamme
- Présentation des vins du Vallée du Rhône Septentrional : spécificité géographique, cépages, style des vins, accord mets-vins, structure de gamme
- Présentation des vins de la Provence : spécificité géographique, cépages, style des vins, accord mets-vins, structure de gamme

### Dégustation de 6 vins

### Compétences obtenues

- A l'issue de la formation le stagiaire connaît et comprend la spécificité des vins du Sud-Est de la France

### Méthode & moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et d'échanges
- Les formations peuvent se réaliser à distance
- Évaluation via un quiz de fin de formation

### Public concerné :

Amateurs ou professionnels souhaitant acquérir des connaissances en vins dans les régions viticoles explorées

### Participants - Durée :

- 1 à 12 personnes
- 2 jours (14h)

### Prérequis :

Connaissances en vins au niveau débutant

**Pour aller + loin :** notre formation Viticulture et œnologie

### Formateur :

Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais  
Code formation : LMC-GVSF2

### Notre +

Formateur Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.35

### Coût pédagogique en groupe

- **inter entreprises** : 200€ TTC/ pers./jour (7 pers. min)
- **intra entreprise** : 1400 € par jour, jusqu'à 3 personnes (et 250 €/jour et par personne supplémentaire)

### Lieu :

- France entière

### Dates :

- Calendrier fixe pouvant être adapté aux stagiaires
- Toutes nos formations sont proposées à intervalles réguliers

### Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



et



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

## Objectifs pédagogiques

- Pouvoir communiquer aisément en anglais pour exporter ses produits viticoles
- Maîtriser son anglais pour un accueil oenotouristique
- Savoir réaliser une dégustation commentée en anglais

## Programme pédagogique

- Bases du mangement culturel : la spécificité de l'accueil d'une clientèle étrangère
- Bases du vocabulaire oeno-viticole
- E-mailing en anglais
- Organisation d'une visite d'un vignoble et d'une cave
- Introduction à la dégustation et à la description du vin : vocabulaire
- Accords mets vins : anglais de la cuisine
- Commercialisation et promotion de la marque sur les salons : présentation en anglais
- Prospection et vente du vin aux professionnels : pitch en anglais, communication téléphonique
- Marketing du vin en anglais : étiquettes, fiches d'information, outils de marketing
- Canaux de la communication : publicité, relations avec les professionnels du tourisme et du vin, réseaux sociaux

## Dégustation de 6 vins

## Compétences obtenues

- A l'issue de la formation le stagiaire sera capable de maîtriser les bases de l'anglais en oeno-viticulture et en communication dans le monde du vin.

## Méthode & moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et d'échanges
- Les formations peuvent se réaliser à distance
- Évaluation via un quiz de fin de formation

## Public concerné :

Amateurs et professionnels du monde de la restauration. Salariés et exploitants viticoles.

## Participants - Durée :

- 1 à 12 personnes
- 2 jours (14h)

## Prérequis :

Niveau : capacité à communiquer en anglais

**Pour aller + loin :** notre formation  
Se lancer dans l'Oenotourisme

## Formateur :

Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais  
Code formation : LMC-AV

## Notre +

Formateur Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.36

## Coût pédagogique en groupe

- **inter entreprises** : 200€ TTC/ pers./jour (7 pers. min)
- **intra entreprise** : 1400 € par jour, jusqu'à 3 personnes (et 250 €/jour et par personne supplémentaire)

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- Calendrier fixe pouvant être adapté aux stagiaires
- Toutes nos formations sont proposées à intervalles réguliers

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

## Objectifs pédagogiques

- Comprendre les attentes de l'œnotourisme
- Appréhender l'organisation du tourisme
- Observer l'offre de la concurrence
- Construire une offre œnotouristique
- Construire le storytelling de l'offre

## Programme pédagogique

- Appréhension des différentes dimensions de l'œnotourisme avec l'aide des professionnels du tourisme et par les professionnels du vin mais aussi par les touristes et la population.
- Présentation de l'organisation du tourisme en France et des attentes visiteurs
- Benchmark des offres existantes dans et hors territoire
- La spécificité de l'accueil d'une clientèle étrangère
- Les différents profils des clients et comment les gérer
- La fidélisation des clients particuliers et professionnels
- Canaux de communication : publicité, relations avec les professionnels du tourisme, les réseaux sociaux.
- Construction de l'offre en rapport étroit avec l'histoire d'un domaine : moyens humains et budget
- Fixation des prix et notion de coefficient multiplicateur pour l'offre œnotouristique : tarifs visites et animations, vins, goodies, livraison à domicile.
- Poser les bases du storytelling pour toucher les visiteurs
- Préparation et utilisation de l'espace : différents lieux de la visite, de la vente, objets, produits.
- L'organisation d'une animation : mise en place de l'évènement, préparation, rétroplanning et mise en œuvre, formalisation des outils et des moyens, mise en place d'indicateurs de performance.

## Compétences obtenues

- A l'issue de la formation, l'apprenant est capable de créer et de proposer son offre œnotouristique.

## Méthode & moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques et d'échanges
- Les formations peuvent se réaliser à distance
- Évaluation via un quiz de fin de formation

## Public concerné :

Exploitants et salariés du monde viticole

## Participants - Durée :

- 1 à 12 personnes
- 2 jours (14h)

## Prérequis :

Connaissances en œnotourisme au niveau débutant

**Pour aller + loin :** notre formation Anglais du vin

### Formateur :

Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais  
Code formation : LMC-LOE

### Notre +

Formateur Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.37

## Coût pédagogique :

- **inter entreprises** : 175€ TTC /pers. /jour (7 pers. minimum)
- **intra entreprise** : 1200 € par jour, jusqu'à 3 personnes (et 200 € /jour et par personne supplémentaire)

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- Calendrier fixe pouvant être adapté aux stagiaires
- Toutes nos formations sont proposées à intervalles réguliers

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

A professional office setting where a man and a woman are engaged in a meeting. The man, wearing a white shirt and dark tie, is leaning over a desk, looking at a document. The woman, wearing a light blue shirt, is standing and looking at the same document. A laptop and other office supplies are visible on the desk. The background shows a window with a grid pattern, suggesting a modern office environment.

# CONSEIL



## Nos valeurs

Nous nous engageons pleinement à contribuer au succès de nos clients. Nous mettons toutes nos ressources à leur disposition en prenant en considération leur expérience passée qui est une ressource clé.

Nous nous engageons à générer de la valeur ajoutée pour nos clients, afin d'amortir plusieurs fois leur investissement. Il ne s'agit pas simplement de donner des idées ou de faire des présentations : nous contribuons véritablement à instaurer des changements tangibles et positifs au sein des organisations de nos clients.

## Introduction

L'audit stratégique et commercial a pour objet d'orienter la stratégie de l'entreprise. Il va permettre à l'organisation de se positionner vis à vis d'elle-même et de son environnement. Une stratégie adaptée aux moyens et à la vision du chef d'entreprise est un facteur primordial de la réussite économique.

## Objectifs et moyens mis en oeuvre

Mise en phase ascensionnelle de l'organisation générale de l'entreprise avec son secteur d'activité et son marché. Se doter des outils de performances économiques et commerciales face à ses concurrents directs et indirects.

## Programme

**PHASE 1** : Prise de connaissance de l'entreprise

**PHASE 2** : Analyse de la performance globale de l'entreprise

### AUDIT INTERNE

#### • Exploration de la politique générale de l'entreprise

Culture d'entreprise, collaborateurs et employés (fonctions et degrés de responsabilité), situation actuelle, performances et faiblesses.

#### • Exploration de la politique commerciale de l'entreprise

Recensement des compétences commerciales, types de canaux de distribution, qualité du réseau, analyse de la stratégie de communication, stratégie digitale, enjeux et besoins commerciaux, enjeux et besoins en marketing et communication et enjeux et besoins oenotouristiques.

#### • Exploration de l'offre

Caractéristiques produits (qualité, packaging, prix, marché), gamme de produits, positionnement et segmentation des produits, analyse de l'appareil de production

#### • Performances économiques et financières de l'entreprise

### AUDIT EXTERNE

#### • Exploration de la demande du marché, demande consommateur

#### • Etat de l'environnement économique, politique, socio-culturel, technologique, écologique et légal

**PHASE 3** : Détection des zones à risque

**PHASE 4** : L'analyse des causes de dysfonctionnements stratégiques

**PHASE 5** : Proposition de recommandation

**PHASE 6** : Priorité et décision des actions, mise en place d'objectifs

**PHASE 7** : Pilotage et suivi des actions

**PHASE 8** : Contrôle. Les résultats sont-ils conformes aux objectifs ? La démarche stratégique est-elle pertinente ? Les opérations clé sont-elles maîtrisées ? Les moyens mis en oeuvre sont-ils adaptés ?

## Public concerné :

chefs d'entreprises, salariés cadres

## Participants - Durée :

- 1 à 3 personnes
- à évaluer suivant le besoin

## Consultant :

Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais  
Code : LMC-AUDIT-SC

## Notre +

Consultant Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.39

## Coût pédagogique sur devis

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- A établir avec le(s) stagiaire(s).

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

## Nos valeurs

Nous nous engageons pleinement à contribuer au succès de nos clients. Nous mettons toutes nos ressources à leur disposition en prenant en considération leur expérience passée qui est une ressource clé.

Nous nous engageons à générer de la valeur ajoutée pour nos clients, afin d'amortir plusieurs fois leur investissement. Il ne s'agit pas simplement de donner des idées ou de faire des présentations : nous contribuons véritablement à instaurer des changements tangibles et positifs au sein des organisations de nos clients.

## Introduction

La mise en place d'une stratégie de conquête commerciale permet de définir vos priorités stratégiques à 2 ans, de déterminer une cible, de définir un plan d'action, d'entraîner vos équipes et de vous confronter à la réalité du terrain.

## Objectifs et moyens mis en oeuvre

Mettre en place les outils et les actions qui renforcent la performance commerciale de l'entreprise. Augmenter le chiffre d'affaires, conquérir de nouveaux clients, augmenter le chiffre d'affaires par client, augmenter le taux de fidélisation.

## Programme

**PHASE 1** : Exploration de la politique générale de l'entreprise. Culture d'entreprise, collaborateurs et employés (fonctions et degrés de responsabilité), situation actuelle, produits, performances et faiblesses.

**PHASE 2** : Analyse de la performance globale de l'entreprise.

### AUDIT INTERNE

1. Points forts, points faibles de la société cible, les opportunités, les menaces.
2. Analyse des produits et services de l'entreprise, segmentation et positionnement.
3. Performances commerciales présentes et passées.
4. Analyse de la politique commerciale, politique tarifaire, outils marketing.
5. Analyse de l'organisation commerciale, les canaux et les réseaux de vente et analyse des cibles, les clients, les marchés

### AUDIT EXTERNE

1. Étude de marché
2. Analyse du marché au regard des domaines d'activité stratégiques
3. Analyse de la demande
4. Analyse par l'utilisation de matrices spécifiques
5. Projection courte, moyen et long terme à partir de l'existant

**PHASE 3** : Détection des zones à risque

**PHASE 4** : L'analyse des causes de dysfonctionnements stratégiques

**PHASE 5** : Proposition de recommandation, plan d'action et objectifs

**PHASE 6** : Mise en œuvre du plan d'action, actions commerciales, refondation des tarifs, adaptation des outils marketing, outils de motivation de la force de vente

**PHASE 7** : Pilotage et suivi des actions

**PHASE 8** : Contrôle. Les résultats sont-ils conformes aux objectifs ? La démarche stratégique est-elle pertinente ? Les opérations clé sont-elles maîtrisées. Les moyens mis en œuvre sont-ils adaptés ?

## Public concerné :

chefs d'entreprises, salariés cadres

## Participants - Durée :

- 1 à 3 personnes
- à évaluer

## Formateur :

Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais

Code formation : LMC-AUDIT-SCC

## Notre +

Formateur Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.40

## Coût pédagogique sur devis

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- A établir avec le(s) stagiaire(s).

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

## Nos valeurs

Nous nous engageons pleinement à contribuer au succès de nos clients. Nous mettons toutes nos ressources à leur disposition en prenant en considération leur expérience passée qui est une ressource clé.

Nous nous engageons à générer de la valeur ajoutée pour nos clients, afin d'amortir plusieurs fois leur investissement. Il ne s'agit pas simplement de donner des idées ou de faire des présentations : nous contribuons véritablement à instaurer des changements tangibles et positifs au sein des organisations de nos clients.

## Introduction

Tous les produits d'une gamme n'apportent pas la même contribution au résultat de l'entreprise. Il convient donc d'analyser la composition d'une gamme. La mise en place d'une stratégie de gamme permet d'exploiter les potentialités d'un marché.

## Objectifs et moyens mis en oeuvre

Les objectifs de la restructuration de gamme (d'un lancement ou d'une suppression de produits) sont multiples. Ils peuvent se baser sur la rentabilité directe des produits concernés, reposer sur des volontés d'économies d'échelle (production ou communication), de synergies intra-gamme ou correspondre à des objectifs plus tactiques d'occupation du terrain vis-à-vis de la concurrence.

## Programme

**PHASE 1 :** Exploration de la politique générale de l'entreprise. Culture d'entreprise, collaborateurs et employés (fonctions et degrés de responsabilité), situation actuelle, produits, performances et faiblesses.

**PHASE 2 :** Analyse de la performance globale de l'entreprise.

### AUDIT INTERNE

- Exploration de la gamme existante (marques, quantités produites, cycle de vie, historique) Étude qualitative : dégustation, profil sensoriel.
- Analyse du mix marketing (prix, outils promotionnels, réseau de distribution, profil produit), analyse des matières premières (bouteilles, bouchons, capsules, packaging, cartons), analyse de l'habillage en rapport avec le marché cible, analyse du message (story telling) véhiculé par le produit, analyse de la stratégie des produits, analyse des marchés existants, analyse des pratiques commerciales. Diagnostic.

### AUDIT EXTERNE

- Exploration de la demande
- Demande marché, demande consommateur
- État de l'environnement économique, politique, socio-culturel, technologique, écologique et légal. Étude de la concurrence, benchmarking et analyse des propriétés viticoles concurrentes. Diagnostic.

**PHASE 3 :** Propositions de recommandation - Positionnement de la nouvelle gamme - Segmentation - Niveau de qualité à adapter à chaque marché cible - Style organoleptique des produits - Packaging Message marketing (story telling) - Outils marketing - Stratégie commerciale (marchés à potentiel) par produit ou gamme de produit - Actions et programme de promotion par gamme de produits - Objectifs de vente par produit et/ou gamme de produits

**PHASE 4 :** Mise en œuvre du plan d'action

**PHASE 5 :** Suivi des changements marketing

**PHASE 6 :** Contrôle. Les résultats sont-ils conformes aux objectifs ? La démarche stratégique est-elle pertinente ? Les opérations clés sont-elles maîtrisées ? Les moyens mis en œuvre sont-ils adaptés ?

## Public concerné :

chefs d'entreprises, salariés cadres

## Participants - Durée :

- 1 à 3 personnes
- à évaluer

## Formateur :

Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais

Code formation : LMC-AUDIT-RG

## Notre +

Formateur Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.41

## Coût pédagogique sur devis

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- A établir avec le(s) stagiaire(s).

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



et



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

## Nos valeurs

Nous nous engageons pleinement à contribuer au succès de nos clients. Nous mettons toutes nos ressources à leur disposition en prenant en considération leur expérience passée qui est une ressource clé.

Nous nous engageons à générer de la valeur ajoutée pour nos clients, afin d'amortir plusieurs fois leur investissement. Il ne s'agit pas simplement de donner des idées ou de faire des présentations : nous contribuons véritablement à instaurer des changements tangibles et positifs au sein des organisations de nos clients.

## Introduction

Le diagnostic de maturité numérique a pour objectif de restructurer l'entreprise et de simplifier son fonctionnement afin de lui permettre de faire face à la transformation numérique de l'économie qui bouleverse ses marchés. Il permet au chef d'entreprise d'évaluer la capacité d'adaptation de son entreprise à la révolution numérique, et d'identifier les leviers d'actions pour la prendre en main et devenir acteur de son changement plutôt que de la subir.

## Objectifs et moyens mis en oeuvre

Développer la maturité numérique de collaborateurs et de l'entreprise par l'identification des axes de transformation prioritaires, la mise en place de processus collaboratifs permettant d'accélérer la prise de décision, l'adoption de solutions numériques métiers, et l'assainissement du contexte de travail afin d'afficher des gains de productivité.

## Programme

### PHASE 1 : Prise de connaissance de l'entreprise

Une première phase d'entretiens individuels semi dirigés destinés à comprendre le fonctionnement de l'entreprise et le contexte de travail des collaborateurs (entretien individuel avec la direction, les managers, les collaborateurs)

### PHASE 2 : Audit de la maturité de l'entreprise et des collaborateurs

#### AUDIT

- Exploration de la culture d'entreprise
- Définition du type de structure organisationnelle,
- Listing des fonctions et métiers,
- Exploration du système d'information et des processus de production,
- Exploration des approches managériales
- Exploration du contexte de travail
- Exploration des compétences numériques utiles (présentes et absentes),
- Exploration de la maîtrise des outils numériques

**PHASE 3 :** Détection des risques : analyse SWOT, identification des obstacles internes au changement, identification des clefs d'aménagement et limites à la réorganisation (freins culturels, relationnels...)

**PHASE 4 :** Identification des axes de transformations prioritaires, enjeux et besoins RH (recrutement, formation, référentiel métier, développement de compétences), enjeux et besoins en management, enjeux et besoins en productivité et workflows et enjeux et besoins en système d'information.

**PHASE 5 :** Recommandations : redéfinition de la culture d'entreprise, représentation du schéma organisationnel, réévaluation de l'approche managériale, détermination des nouveaux profils métiers, identification des besoins en développement de compétences, définition de l'expérience collaborateur : bonnes pratiques, dimension collaborative, travail en équipe projet... Évolution du système d'information et besoins en outils numériques

**PHASE 6 :** Priorisation des actions, objectifs et conception du plan d'action

**PHASE 7 :** Pilotage du plan d'action

**PHASE 8 :** Contrôle

## Public concerné :

chefs d'entreprises, salariés cadres

## Participants - Durée :

- 1 à 3 personnes
- à évaluer

## Formateur :

Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais

Code formation : LMC-AUDIT-DMN

## Notre +

Formateur Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.42

## Coût pédagogique sur devis

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- A établir avec le(s) stagiaire(s).

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



et



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

## Nos valeurs

Nous nous engageons pleinement à contribuer au succès de nos clients. Nous mettons toutes nos ressources à leur disposition en prenant en considération leur expérience passée qui est une ressource clé.

Nous nous engageons à générer de la valeur ajoutée pour nos clients, afin d'amortir plusieurs fois leur investissement. Il ne s'agit pas simplement de donner des idées ou de faire des présentations : nous contribuons véritablement à instaurer des changements tangibles et positifs au sein des organisations de nos clients.

## Introduction

Saturation du marché national, perte de clients, de parts de marché, excédent de stocks, arrivée de nouveaux concurrents, réponse à une demande, diversification des marchés... Au-delà des raisons qui poussent l'entreprise à se tourner vers les marchés étrangers, les perspectives de croissance à l'international sont décuplées. Pour réussir à l'export, l'entreprise doit définir une véritable stratégie et mettre en place les moyens adaptés. Développer leur notoriété, diversifier leurs risques, devancer les concurrents, profiter de l'effet de saisonnalité du produit, utiliser les aides du gouvernement sont parmi les multiples avantages de la vente à l'export.

## Objectifs et moyens mis en oeuvre

Se doter d'un accompagnement, des compétences, outils et aptitudes pour réussir sa démarche à l'export.

Réalisation et augmentation du chiffre d'affaires et des marges sur les marchés export.

## Programme

**PHASE 1 :** Exploration de la politique générale de l'entreprise

Culture d'entreprises, collaborateurs et employés (fonctions et degrés de responsabilité), situation actuelle, produits, performances et faiblesses.

**PHASE 2 :** Analyse de la performance globale de l'entreprise

### AUDIT INTERNE

- Points forts, points faibles de la société cible, les opportunités, les menaces.
- Analyse des produits et services de l'entreprise, segmentation et positionnement.
- Performances commerciales présentes et passées.
- Analyse de la politique commerciale et politique tarifaire.
- Analyse des outils marketing, de l'organisation commerciale, les canaux et les réseaux de vente et analyse des cibles, les clients, les marchés.

### AUDIT EXTERNE

- Étude de marché et tendances de consommation à l'export.
- Analyse des zones exports au regard des domaines d'activités stratégiques.
- Analyse du potentiel commercial export par l'utilisation de matrices spécifiques.

**PHASE 3 :** Détection des risques

**PHASE 4 :** L'analyse des causes de dysfonctionnements stratégiques : Choix des pays cibles - Étude règlementaire - Veille concurrentielle - Mise en place d'un plan d'action commerciale (recrutement vie ? mission prospection ?) - Choix de la méthode de prospection (missions, salons, agences commerciales ?) - Se familiariser avec les bons codes interculturels, préparer et valider son pitch commercial, adopter la bonne posture commerciale, réussir son salon international, se former à la négociation internationale.

**PHASE 5 :** Propositions de recommandation et plan d'action

**PHASE 6 :** Mise en œuvre du plan d'action et mise en place d'objectifs par pays (recherche de subventions)

**PHASE 7 :** Pilotage et suivi des actions

**PHASE 8 :** Contrôle et actions rectificatives : Analyse des résultats par rapport aux objectifs. Pertinence de la démarche stratégique, niveau de maîtrise des opérations clés, efficacité des moyens mis en œuvre.

## Public concerné :

chefs d'entreprises, salariés cadres

## Participants - Durée :

- 1 à 3 personnes
- à évaluer

## Formateur :

Mr Monnereau Luc  
bilingue anglais

Code formation : LMC-AUDIT-ORSE

## Notre +

Formateur Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.43

## Coût pédagogique sur devis

## Lieu :

- France entière

## Dates :

- A établir avec le(s) stagiaire(s).

## Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533

- Formation finançable par les OPCO et éligible à



et



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

# ACCOMPAGNEMENT

## Nos valeurs

**Nous nous engageons pleinement à contribuer au succès de nos clients. Nous mettons toutes nos ressources à leur disposition en prenant en considération leur expérience passée qui est une ressource clé. Nous nous engageons à générer de la valeur ajoutée pour nos clients, afin d'amortir plusieurs fois leur investissement. Il ne s'agit pas simplement de donner des idées ou de faire des présentations : nous contribuons véritablement à instaurer des changements tangibles et positifs au sein des organisations de nos clients.**

**Audit Stratégique :** Cet audit met en lumière l'existant et les fondamentaux de votre situation. Nous pourrions ainsi avancer des recommandations stratégiques.

**Définition d'une stratégie commerciale et organisationnelle :** Vous donner un cap stratégique formalisé.

**Mise en place de nouveaux domaines d'activités stratégiques :** Prévoir la croissance future de votre entreprise par la définition et la réalisation de nouvelles offres stratégiques.

**Mise en place d'un plan de prospection par canal de distribution :** cet accompagnement vous amène de la visibilité dans votre stratégie commerciale.

**Analyse de l'offre de produits et/ou services et recherche de nouveaux produits :** par l'analyse concurrentielle comparée à celle de vos forces, nous construisons votre offre de demain.

**Mise en place de solutions à court, moyen et long terme :** la formalisation calendaire de votre réussite dans le temps par des réalisations adaptées et concrètes.

**Accompagnement à la gestion de votre trésorerie avec l'apport de méthodes ayant fait leur preuve :** piloter précisément votre situation financière (plan de trésorerie, analyse financière, mise en place d'indicateurs financiers).

**Recherche d'aides et de subventions :** bénéficier des coups de pouces des institutions locales, régionales, nationales et européennes.

**Accompagnement dans la stratégie digitale :** fluidifier votre démarche et accomplir vos ambitions dans l'univers du digital (gestion de l'activité sur les réseaux sociaux, community manager, construction de site web).

**Consultant:**  
Mr Monnereau Luc

*Code : LMC-ACC-AS*

**Notre +**  
Consultant Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.46

**Tarif sur devis**

**Lieu :**  
France entière

**Bon à savoir :**  
Agrément n° 75331154533  
Membre de la Chambre  
Professionnelle du Conseil



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

## Accompagnement international *AUDIT EXPORT*

Grâce à nos partenaires BPI France et Business France, de nombreuses solutions d'aide au développement international et à l'export sont accessibles. L'état français vous aide à vous implanter à l'international grâce à des aides ciblées.

**Vous informer et vous accompagner sont les maîtres mots et le cœur de notre métier !**

L'AVENIR EST À  
L'EXPORT!



### OFFRE 1

Des solutions à l'export qui vous apportent les informations suivantes : diagnostic export, interculturalité, commerce international. Fonctionnement de chaque pays, négociation internationale.

Nous vous accompagnons dans la mise en place de votre stratégie au regard de votre modèle d'entreprise.

Définition de la stratégie, des outils, des pays cibles, des prix de vente et des canaux de distribution.



Tarif sur devis

**Lieu :**  
France entière

**Bon à savoir :**  
Agrément n° 75331154533

Vendre à l'international c'est :

- Conquérir de nouveaux consommateurs.
- Augmenter le nombre de clients.
- Élargir son marché.
- Rendre fier ses équipes.



## Accompagnement international *AUDIT EXPORT*

Thanks to our partners BPI France and Business France, numerous international development and export support solutions are accessible. The French state helps you establish yourself internationally thanks to targeted aid.

Informing you and supporting you are the key words and the heart of our profession!



### OFFER 1

Export solutions that provide you with the following information: export diagnosis, interculturality, international trade. Operation of each country, international negotiation.

We support you in implementing your strategy with regard to your business model.

Definition of strategy, tools, target countries, sales prices and distribution channels.



Price on quote

**Place :**  
Whole France  
**Good to know :**  
Approval no. 75331154533

Selling internationally means:

- Conquer new consumers.
- Increase the number of clients.
- Expand your market.
- Make your teams proud.

p.47

## Accompagnement international *PREMIERS PAS EXPORT*

Grâce à nos partenaires BPI France et Business France, de nombreuses solutions d'aide au développement international et à l'export sont accessibles. L'état français vous aide à vous implanter à l'international grâce à des aides ciblées.

**Vous informer et vous accompagner sont les maîtres mots et le cœur de notre métier !**

L'AVENIR EST À  
L'EXPORT!



### OFFRE 2

Vous êtes prêts à exporter. Nous vous accompagnons dans vos premières actions.

Vous êtes formés aux méthodes à l'export et à la négociation internationale. Coaching de vos premières démarches commerciales et marketing en temps réel pour favoriser une autonomie rapide et opérationnelle.

Mission commerciale opérationnelle.



Tarif sur devis

**Lieu :**  
France entière

**Bon à savoir :**  
Agrément n° 75331154533

Vendre à l'international c'est :

- Conquérir de nouveaux consommateurs.
- Augmenter le nombre de clients.
- Élargir son marché.
- Rendre fier ses équipes.

## Accompagnement international *FIRST EXPORT STEPS*

Thanks to our partners BPI France and Business France, numerous international development and export support solutions are accessible. The French state helps you establish yourself internationally thanks to targeted aid.

Informing you and supporting you are the key words and the heart of our profession!

THE FUTURE IS  
EXPORT!



### OFFER 2

You are ready to export. We support you in your first actions.

You are trained in export methods and international negotiation. Coaching of your first sales and marketing initiatives in real time to promote rapid and operational autonomy.

Operational commercial mission.



Price on quote

Place :  
Whole France

Good to know :  
Approval no. 75331154533

Selling internationally means:

- Conquer new consumers.
- Increase the number of clients.
- Expand your market.
- Make your teams proud.

## Accompagnement international *VOTRE BUREAU EXTERNALISE EXPORT*

Grâce à nos partenaires BPI France et Business France, de nombreuses solutions d'aide au développement international et à l'export sont accessibles. L'état français vous aide à vous implanter à l'international grâce à des aides ciblées.

**Vous informer et vous accompagner sont les maîtres mots et le cœur de notre métier !**

L'AVENIR EST À  
L'EXPORT!



### OFFRE 3

Nous sommes votre service commercial externalisé et intégré à votre structure.

Basé sur une démarche à long terme, 2 à 3 années (construire un réseau à l'export prend du temps), nous nous battons pour vous trouver des débouchés commerciaux par des actions identifiées et rythmées sur le terrain.



Tarif sur devis

**Lieu :**  
France entière

**Bon à savoir :**  
Agrément n° 75331154533

Vendre à l'international c'est :

- Conquérir de nouveaux consommateurs.
- Augmenter le nombre de clients.
- Élargir son marché.
- Rendre fier ses équipes.

## Accompagnement international *YOUR EXTERNAL EXPORT OFFICE*

Thanks to our partners BPI France and Business France, numerous international development and export support solutions are accessible. The French state helps you establish yourself internationally thanks to targeted aid.

Informing you and supporting you are the key words and the heart of our profession!

THE FUTURE IS  
EXPORT!



### OFFER 3

We are your outsourced sales department integrated into your structure.

Based on a long-term approach, 2 to 3 years (building an export network takes time), we fight to find you commercial opportunities through identified and paced actions on the ground.



Price on quote

Place :  
Whole France

Good to know :  
Approval no. 75331154533

Selling internationally means:

- Conquer new consumers.
- Increase the number of clients.
- Expand your market.
- Make your teams proud.

## Nos valeurs

**Nous nous engageons pleinement à contribuer au succès de nos clients. Nous mettons toutes nos ressources à leur disposition en prenant en considération leur expérience passée qui est une ressource clé. Nous nous engageons à générer de la valeur ajoutée pour nos clients, afin d'amortir plusieurs fois leur investissement. Il ne s'agit pas simplement de donner des idées ou de faire des présentations : nous contribuons véritablement à instaurer des changements tangibles et positifs au sein des organisations de nos clients.**

- **L'Accompagnement de vos équipes commerciales sur le terrain** : donner confiance, apporter de la compétence et atteindre les objectifs
- **Coaching des cadres** : apporter du recul, des conseils et de la compétence pour développer l'efficacité
- **Coaching du dirigeant** : apporter soutien et prise de recul dans la gouvernance et le pilotage de l'entreprise

- **Accompagnement dans le changement organisationnel** : fluidifier par la communication et la mise en place d'outils dans la mutation de l'organisation au sein des entreprises
- **Motivation des équipes** : améliorer la cohésion et l'esprit d'entraide au sein des organisations
- **Gestion des conflits** : améliorer la communication interpersonnelle et apporter un nouvel élan dans la relation entre les individus

- **Accompagnement marketing** : vous aider à faire les bons choix de cibles, nouveaux produits, canaux de distribution et politique de communication
- **Accompagnement dans le lancement de nouveaux produits** : optimiser les chances de succès commercial d'un nouveau produit par la mise en place d'événements adaptés
- **Accompagnement commercial** : vendre en France comme à l'international
- **Mission de prospection opérationnelle en France** : trouver de nouveaux clients sur le territoire national

Consultant :  
Mr Monnereau Luc

Code : LMC-ACC-AMC

Notre +  
Consultant Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.48

Tarif sur devis

## Lieu :

France entière

## Bon à savoir :

Agrément n° 75331154533  
Membre de la Chambre  
Professionnelle du Conseil



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

## Nos valeurs

**Nous nous engageons pleinement à contribuer au succès de nos clients. Nous mettons toutes nos ressources à leur disposition en prenant en considération leur expérience passée qui est une ressource clé. Nous nous engageons à générer de la valeur ajoutée pour nos clients, afin d'amortir plusieurs fois leur investissement. Il ne s'agit pas simplement de donner des idées ou de faire des présentations : nous contribuons véritablement à instaurer des changements tangibles et positifs au sein des organisations de nos clients.**

### • **Accompagnement dans les 5 piliers de la gestion d'entreprise :**

- gestion juridique
- administrative
- comptable
- financière
- administrative

### • **Accompagnement de la performance dans le pilotage financier :** définir une stratégie, planifier les actions à mettre en place, mais aussi mesurer l'efficacité des actions (notamment à travers des indicateurs de performance et la mise en place de tableaux de bord). Sans oublier de réagir face aux résultats constatés. Et ce, pour tous les aspects de l'organisation

- **Augmenter et/ou renforcer ses fonds propres**, définir les quasi fonds propres ? Comment les calculer ? Comment les renforcer ?
- **Aide à la prise de décision**, la relation information/décision
- **Plan d'investissement** : quel investissement réaliser au vu des objectifs fixés ? Comment le financer ?
- **Audit de valorisation de l'entreprise** dans le cadre d'un achat ou d'une vente et optimisation des coûts de production

- Vous apporter une aide ponctuelle dans la gestion quotidienne de votre entreprise par l'apport de compétences opérationnelles.
- Accompagnement achats : concilier commerce et marketing pour une meilleure efficacité. Comprendre l'expérience client.
- Acheter mieux par l'application de techniques spécifiques dont les leviers d'achats.

Consultant :  
Mr Monnereau Luc

Code formation : LMC-ACC-AG

Notre +  
Consultant Expert  
25 ans d'expérience terrain

p.49

Tarif sur devis

Lieu :

France entière

**Bon à savoir :**

Agrément n° 75331154533  
Membre de la Chambre  
Professionnelle du Conseil



**Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.**

# CONTACTEZ-NOUS



Ludon-Médoc 33290



+33 (0)6.21.06.36.69



contact@mylmc.fr



mylmc.fr



www.mylmc.fr

p.50

QR Code : lien pour l'inscription à nos prestations





