

PROGRAMME HEC Executive Education

CYCLE DE FORMATION

POUR

DIRIGEANTS DE PME

Septembre 2009 – Octobre 2010

Contact

Olivia Bretegnier

O.B.A - Formation et Conseil en Management

Déléguée d'HEC Paris pour la zone Asie-Pacifique

Le Grand Théâtre – 10 rue Jean Jaurès

BP 18 931 – 98 857 Nouméa Cedex

E-mail : oliviabretegnier@oba.nc

Tel : 24-20-38 / 76-86-83

Fax: 24-10-45

Date limite d'inscription

28 août 2009

L'EXPERIENCE D'HEC Executive Education pour LES DIRIGEANTS DE PME

- Une formation pour dirigeants s'appuyant prioritairement sur **l'expérience de direction d'entreprise** quel que soit le niveau préalable de formation, limitée à 12 participants par an.
- Une formation intégrant **l'ensemble des domaines du management de l'entreprise** : les concepts fondamentaux, des méthodes pédagogiques adaptées aux PME, la **présence des professeurs dans les entreprises** en cours de visites-actions.
- Une **expérience longue de 4 ans** en matière de formation des dirigeants de PME en Nouvelle-Calédonie et de plusieurs années en Asie-Pacifique (Chine, Vietnam, Australie) ainsi qu'en Outre-Mer (la Réunion).
- Un corps professoral ayant également **une expérience de conseiller en entreprise** dans son domaine d'expertise.

Le suivi du cycle complet sur 1 an permet l'obtention du CESA* « Dirigeants PME » s'intégrant pour 20% dans le cursus du Mastère HEC « Management d'une Unité Stratégique » à Paris. * *Cycle d'Enseignement Supérieur des Affaires*

Les objectifs

**Se perfectionner dans le management de l'entreprise
et réussir le plan de développement de sa PME**

- **faire le point sur l'orientation de sa société**
- **fixer des objectifs pour son entreprise en fonction d'un diagnostic individualisé de ses forces et faiblesses**
- **mieux maîtriser la gestion de son entreprise**
- **prendre le temps de définir le cadre concret de son développement**

Les objectifs (suite)

En résumé, faire le point sur le fonctionnement de son entreprise et sur son rôle de dirigeant afin d'atteindre ses objectifs de développement qui peuvent être :

- **une nouvelle orientation de son entreprise**
- **une amélioration sensible de ses résultats**
- **une forte croissance externe ou interne**
- **une politique de diversification**
- **une transmission réussie**

Architecture

Organisé de façon modulaire, il est composé de six modules programmés entre **septembre 2009 et octobre 2010** auxquels s'ajoutent quatre **visites-action en entreprise** :

- **1 module d'entrée** de 1+2 jours, aboutissant à un diagnostic complet de chaque entreprise et commandant le déroulement personnalisé du programme de chaque participant, comprenant une 1/2 journée de visite-action par participant ;

Architecture (suite)

- **4 modules techniques** de 2 jours chacun, conduisant à une gestion serrée et un management maîtrisé des fonctions clés de l'entreprise, avec deux 1/2 journées de visite-action par participant, au choix sur 2 des 4 modules proposés ;
- **1 module de « synthèse »** de 1+2 jours, au cours duquel le dirigeant élabore le plan de développement détaillé de son entreprise (objectifs, stratégie, politiques et moyens), comprenant une 1/2 journée de visite-action par participant.

Programme

- **Module 1 : Diagnostic et plan d'action à court terme**

1^o session du module (deux ½ journées) : les 28 (après-midi) et 29 septembre (matin) 2009

- apprentissage de la méthode et entraînement à son application sur un cas.

Intersession

Visites- action : ½ journée par participant : entre les 5, 6 ou 7 octobre 2009

- réalisation, sur la base d'un guide, de l'auto-diagnostic de son entreprise par le participant
- confrontation de ses analyses avec le professeur expert.

2^o session

(2 jours) : les 8 et 9 octobre 2009

- confrontation du diagnostic avec les autres dirigeants
- exposés théoriques sur le diagnostic, la stratégie de croissance
- exposé théorique sur la transmission d'une entreprise
- application pratique d'une démarche stratégique

Objectifs

- transférer une méthode permettant de réaliser le diagnostic d'une PME et d'en déduire un plan d'action à court terme (1 an)
- appliquer cette méthode à l'entreprise du participant
- faire participer au diagnostic des autres entreprises du groupe de participants du cycle.

Méthodes pédagogiques

- exposés-débats et animation des cas
- formation-action sur et dans votre entreprise (intersession)
- entraînement actif à la méthode sur les « cas » des entreprises des autres participants du cycle

Programme

- **Module 2 : Plan d'action marketing et commercial**

Session (2 jours) : 30 novembre et 1^{er} décembre 2009

- Situer l'action marketing en terme de choix de marchés, de clients, segmentation
- Construire chacun des éléments du mix : produit, « clients », prix, communication
- Evaluer et projeter les rendements et rentabilités
- Planifier une démarche méthodique
- Revoir quelques fondamentaux : satisfaction, fidélisation ...

Méthodes pédagogiques

- Exposés-débats
- Etudes de cas d'illustration
- « Gros plans » au choix des participants sur certains domaines du marketing fondamental appliqués au type d'entreprise

Objectifs

- Développer les compétences marketing et commerciales
- Permettre aux dirigeants de traduire leur stratégie en offre profitable vers les marchés à travers un marketing mix cohérent
- Concrétiser par une action commerciale planifiée avec méthode

Visites-action (1/2 journée au choix) :
Entre les 2, 3 ou 4 décembre 2009

Programme

- **Module 3 : Coûts de revient, budgets et contrôle de gestion**

Session (2 jours) : 3 et 4 mars 2010

- les phases d'évolution des systèmes de contrôle de gestion, et l'auto diagnostic des besoins
- l'approche en coûts directs et contributions pour analyser la performance financière par gamme et par secteur
- le plan à moyen terme et les budgets opérationnels
- le contrôle budgétaire accéléré, centré sur les actions correctives à mener

OBJECTIFS

- Savoir repérer les besoins de son entreprise en matière d'outils de contrôle de gestion pour ne pas s'équiper inutilement
- S'entraîner au raisonnement et à la pratique sur trois niveaux :
 - ↳ analyse des performances financières par activité pour préparer une réallocation des ressources
 - ↳ élaboration de plans d'action à moyen et court terme et prévisions financières
 - ↳ suivi des résultats, identification des causes et des responsabilités des dérives

METHODES PEDAGOGIQUES

- présentation des méthodes
- études de trois cas pratiques de situation de PME
- simulations sur PC pour étude de cas pratiques

Visites-action (1/2 journée au choix) :
Entre les 5, 8 ou 9 mars 2010

Programme

• Module 4 : Diagnostic financier, financement et trésorerie

Session (2 jours) : 10 et 11 mai 2010

- Diagnostic financier de l'entreprise PME-type :
 - . Construction des outils d'analyse permettant le diagnostic : ratios, tableaux de financement, tableaux de trésorerie.
 - . Diagnostic complet de l'entreprise en termes :
 - de structure financière,
 - d'équilibre entre ressources propres et capitaux empruntés,
 - de situation de trésorerie.
- Construction des états prévisionnels à partir de différents scénarios (croissance, stagnation, récession éventuelle).
- Besoins de financement et négociations avec les institutions bancaires.
- Synthèse sur l'établissement des plans de financement et de trésorerie à partir des situations vécues par les Dirigeants de PME.

Méthodes pédagogiques

- Exposés-débats,
- Cas pratiques,
- Simulation financière à partir d'une situation réelle d'entreprise PME,
- Utilisation des cas et problèmes rencontrés par les participants.

Objectifs

- Etablir le diagnostic financier de l'entreprise en termes :
 - de rentabilité,
 - d'endettement,
 - de trésorerie.
- Construire le plan de financement de l'entreprise à partir :
 - des perspectives d'activité,
 - des investissements nécessaires,
 - de la rentabilité escomptée.
- Déterminer les besoins de financement spécifiques (emprunts, augmentation de capital, cession d'actifs).
- Bâtir les prévisions de trésorerie résultant des choix opérés pour le financement.

Visites-action (½ journée au choix) :

Entre les 12, 13 ou 14 mai 2010

Programme

- **Module 5 : Délégation, motivation et mobilisation du personnel**

Session (2 jours) : 2 et 3 août 2010

- diagnostic de l'organisation et des hommes
- mobiliser ses collaborateurs
- mobiliser son équipe
- le management situationnel et la délégation
- les conditions de la motivation des hommes

Objectifs

Développer chez les dirigeants un ensemble de savoir-faire, d'attitudes et de comportements en matière de motivation, délégation et mobilisation des hommes leur permettant d'avoir une gestion plus efficace et plus performante.

Méthodes pédagogiques

- exercices d'autodiagnostic
- simulation et jeux de rôles
- élaboration avec les participants de méthodologie d'action simple et facilement mémorisable

Visites-action (½ journée au choix) :
Entre les 4, 5 ou 6 août 2010

Programme

- **Module 6 : Plan de développement à moyen terme**

1^o partie du module (1 jour) : 6 octobre 2010

Apprentissage de la méthode d'élaboration d'un plan de développement (analyse stratégique et plan).

Intersession

Visites-action : ½ journée par participant : 18, 19 ou 20 octobre 2010

Réalisation, sur la base d'un guide, du plan de développement de son entreprise par le participant + confrontation de ses analyses avec le professeur expert.

2^o partie du module (2 jours) : 21 et 22 octobre 2010

Mise en confrontation de son plan de développement avec les autres dirigeants (réactions, efforts), réactions aux plans présentés par les autres participants du cycle

OBJECTIFS

- transférer une méthode permettant d'élaborer le plan de développement d'une PME
- réaliser celui de l'entreprise du participant
- participer à celui des autres entreprises du cycle

METHODES PEDAGOGIQUES

- exposés-débats et animation des cas (1^{ère} partie)
- formation-action sur et dans votre entreprise (intersession)
- entraînement actif à la méthode sur les « cas » des entreprises des autres participants du cycle

FORMALITES D'INSCRIPTION

- **Nombre de place limité à 12 participants**
- **Tarif de la formation = 1.500.000 XPF,**
dont 150.000 XPF d'arrhes versés à la signature de la convention
puis 225.000 XPF, 60 jours avant le début de chaque module
- **Formation agréée par le gouvernement au titre de la
formation professionnelle continue (n° 988/0247/05/R)**

Contact :

Olivia Bretegnier
O.B.A - Formation et Conseil en Management
Déléguée d'HEC Paris pour la zone Asie-Pacifique
E-mail : oliviabretegnier@oba.nc
Tel : 24-20-38 / 76-86-83 - Fax: 24-10-45

PROMOTIONS PRECEDENTES

PROMOTION 2005-2006

- SA ELECTRIC RADIO NOUMEA, *Nathalie DESCOMBELS*
- SA KOU BOUGNY, *Yvar PETERSEN*
- SA PACIFIC PLASTIC ET PROFILE, *Michel ACHARD*
- SA SPOT, *Gilbert DAMOUR*
- SARL COGESTID, *Matthieu CAILLARD*
- SARL EPC, *Fabrice JEANDIN*
- SARL ERD, *Patrice ROSSILLE*
- SARL ESPACE BUREAUTIQUE, *Frédéric LAFLEUR*
- SARL MARY D ENTREPRISES, *Sylvie HELMY*
- SARL PACIFIQUE JARDIN PAYSAGES, *Christoph ROMIEU*
- SARL PLAGES LOISIRS, *Thierry ROSSIGNOL*
- SARL SELVA, *Annick HAURY*

PROMOTION 2006-2007

- SA NS CIMAC, *Eric LENGLET*
- SARL BARRAU BUREAU, *Alain DUBANT*
- SARL BEACH VATA, *Jean- Pierre CUENET*
- SARL L'EXOTIQUE, *Jean-Marc MOULEDOUS*
- SARL MIVI MIROITERIE VITRERIE, *Valérie JEANDIN*
- SARL NORD HOLDING, *Frédérique PENTECOST*
- SARL PACIFIC DISTRIBUTION, *Edouard PENTECOST*
- SARL TEE PRINT, *Carold VASSILEV*
- SARL VIGIFONDS, *Bertrand COURTE*
- SARL SOGESCO, *Xavier CEVAER*
- CYCLONE, *Sylvain LOLLEY*
- COTRANS, *Max MARA*

PROMOTIONS PRECEDENTES

PROMOTION 2007-2008

- **SARL EPUREAU, Gaëla MARCHAL**
- **EMC, Hiro MATTALIANO**
- **SARL GPH, Renaud COCHARD**
- **SARL LE CENTRE, Philippe ETTWILLER**
- **METCO, David PIRIOU**
- **SA NOUMEA GROS, Nicolas PAULEAU**
- **PADDOCK CREEK, Richard GOSSELIN**
- **SAS PCI, Olivier CHARLES**
- **SA SOCALAIT, Henry CALONNE**
- **SAS SOCIMAT, Thierry MAILLARD**
- **SA SOFRANA NC, Jean-Baptiste LEROUX**
- **SUNRAY, William DANGER**

PROMOTION 2008-2009

- **CAN'L, Nicolas SALVADOR**
- **BLUECHAM, Didier LILLE**
- **BLUESCOPE ACIER NC, Didier GROSGURIN**
- **SEFCA, Henri SECHET**
- **AMATRANSIT, Xavier QUILLIOT**
- **ETNA, Olivier SALAVERT**
- **KALINOWSKI Promotions, Christian KALINOWSKI**
- **CABINET DENTAIRE BDC, Jean-François JANIN**
- **LIGHT'IN, Michaël DELUGRE**
- **SUDILES, François GUAÏTELLA**

Planning de la 5^{ème} Promotion

Module 1 : Diagnostic et plan d'action à court terme

- 1^{ère} session de deux ½ journées, les 28 (après-midi) et 29 (matin) septembre 2009
- Visite-action : ½ journée par participant à prévoir entre les 5, 6 et 7 octobre 2009
- 2^{ème} session de 2 jours, les 8 et 9 octobre 2009

Module 2 : Plan d'action marketing et commercial

- Session de 2 jours, les 30 novembre et 1 décembre 2009
- Visite-action en ½ journée au choix, les 2, 3 et 4 décembre 2009*

Module 3 : Coûts de revient, budgets et contrôle de gestion

Session de 2 jours, les 3 et 4 mars 2010

Visite-action en ½ journée au choix, les 5, 8 et 9 mars 2010 *

Module 4 : Diagnostic financier, financement et trésorerie

- Session de 2 jours, les 10 et 11 mai 2010
- Visite-action en ½ journée au choix, les 12, 13 et 14 mai 2010 *

Module 5 : Délégation, motivation et mobilisation du personnel

- Session de 2 jours, les 2 et 3 août 2010
- Visites- action en ½ journée au choix, les 4, 5 et 6 août 2010 *

Module 6 : Plan de développement à moyen terme

- 1^{ère} session d'une journée, le 6 octobre 2010
- Visites-action : ½ journée par participant à prévoir entre les 18, 19 et 20 octobre 2010
- 2^{ème} session de 2 jours, les 21 et 22 octobre 2010

(*La formation inclut 2 visites action à choisir entre ces modules. Veuillez nous contacter si vous souhaitez bénéficier de davantage de visites action)