

CREATION REPRISE D'ENTREPRISE GESTION OPERATIONNELLE ET STRATEGIQUE

MODALITES PEDAGOGIQUES

Organisation

Formation en présentiel, en individuel
Durée totale 50H

Modalités d'évaluation

Une évaluation continue via les exercices et sous forme de QCM est réalisée en fin de formation ainsi qu'un suivi post- formation.
Réussite si 80% de bonnes réponses.

Moyens techniques

Formation sur le budget prévisionnel dispensée en présentiel avec le matériel informatique et les fournitures administratives adaptées, et supports de cours.

Formateur : Formateur, enregistré à la Dreets, spécialiste de la gestion d'entreprise.

Méthode pédagogique

Pédagogie dynamique alternant théorie et exercices pratiques.
Méthode active

Accès à la formation

La formation commencera après l'élaboration d'un devis, d'une signature de convention. Inscription préalable avec un délai minimum de 3 semaines.

PUBLIC

Pré Requis

Aucun pré requis.

Public Visé :

Personnes ayant le projet de reprendre ou créer une entreprise.

Objectifs

- ✓ Analyser la rentabilité des offres
- ✓ Mettre en place des procédures de travail permettant une gestion efficace
- ✓ Maîtriser les outils de gestion permettant de suivre les objectifs fixés
- ✓ Réagir aux écarts de gestion constatés
- ✓ Identifier la différence entre rentabilité et trésorerie.



contact@dbfconseil.fr



06 50 34 19 34

Plus d'informations sur
www.dbfconseil.fr

ACCESSIBILITE

Cette formation est accessible à tous. Vous avez besoin d'une aide ou d'un aménagement spécifique ? Nous nous engageons à trouver les solutions les mieux adaptées à votre handicap.



**DBF
Conseil**

Mise à jour : Janvier 2026

Construire le schéma directeur de sa stratégie	Quelle politique générale pour son entreprise Quelle finalité d'entreprise Déployer ses objectifs stratégiques
Analyser le contexte de l'entreprise	Le marché – la concurrence Le web Le développement durable – la RSE
Faire son diagnostic stratégique	Externe : - Spécificités - Qui ? - Où ? - Tarification - Valeurs Interne : - Ressources humaines stratégiques (les collaborateurs, les compétences, les potentiels, les envies et ambitions) - Moyens matériels (locaux, outils, engins, informatique, ...) - Communication (interne et externe) Définir ses Valeurs Les outils : - SWOT - Matrice PESTEL
Construire ses orientations stratégiques et son positionnement	Mettre en avant ses Valeurs S'appuyer sur ses forces Définir son offre commerciale S'appuyer sur ses points forts et ses différences par rapport à la concurrence Faire des choix : tarification, diversification, spécialisation Valider son mode de croissance et de développement : interne / externe

Déployer sa stratégie	<p>Déterminer les actions Définir le résultat attendu de chaque action Prioriser Analyser et définir les étapes Etablir un calendrier prévisionnel de mise en œuvre Définir les acteurs de chaque action</p>
Le Bilan	<p>Les différentes composantes L'actif Le passif Le compte d'exploitation Les charges de personnel</p>
Le budget prévisionnel	<p>Les différentes parties d'un prévisionnel Le capital et l'apport personnel Le chiffre d'affaires et la marge Les investissements et immobilisations <ul style="list-style-type: none"> - Qu'est-ce qu'un investissement - Les différentes possibilités d'amortissements - Comment définir ses besoins - Quand investir Les charges externes Les charges de Personnel Les différents tableaux</p>
Le plan de trésorerie	<p>Pourquoi un tableau de trésorerie Comment le construire Suivre et actualiser ce tableau</p>
Le compte de résultat	<p>Lire un compte de résultat Les chiffres clés Connaitre ses ratios</p>
Où trouver des financements	<p>Les réseaux d'aide aux entrepreneurs Les banques Le crowdfunding Les investisseurs privés Agefiph Comment monter un dossier de financement</p>

<p>Les indicateurs clés</p>	<p>Identifier les différents éléments devant être mesurés Définir les indicateurs Construire ses propres indicateurs Hiérarchiser les indicateurs</p>
<p>Suivre et manager sa performance</p>	<p>Les 3 horizons de contrôle et de pilotage</p> <ul style="list-style-type: none"> - Stratégique - Gestion - Exploitation <p>Fixer ses objectifs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Concilier objectifs collectifs et individuels, pour une meilleure dynamique managériale - Choisir les niveaux de performance attendus pour chaque KPI et les échéances pour y parvenir <p>Définir ses indicateurs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Performance opérationnelle - Performance RH - Performance économique - Performance Clients <p>Etablir ses tableaux de bord</p> <ul style="list-style-type: none"> - Qu'est-ce qu'un tableau de bord - Tableau de bord de gestion - Tableau de bord commercial <p>Organiser sa planification : se libérer du temps pour prendre du recul</p> <p>Analyser ses indicateurs dans le temps</p> <ul style="list-style-type: none"> - Suivi mensuel : global, par famille d'indicateurs - Faire vivre ses indicateurs dans le temps - Challenger ses indicateurs en début d'exercice comptable
<p>Élaboration et suivi des plans d'action</p>	<p>Plans d'action correctifs, au niveau collectif Plans de progrès, au niveau individuel Plans d'innovation, pour bonifier l'expérience client et renforcer l'avantage concurrentiel de l'entreprise Boucle performance : le suivi de l'efficacité des plans d'action</p>
<p>Comment élaborer un devis de prestation</p>	<p>Ecoute clients Analyse des besoins clients Suivre sa trame de découverte Noter toutes les informations S'attacher aux détails</p>

Analyser la rentabilité du devis	Main d'œuvre Produit
Comment présenter son devis au client	Identifier le profil du client Adapter le rédactionnel du devis Préparer son argumentaire Anticiper les objections
Suivre et relancer les devis	Prise des informations clients Définir d'une date de relance Connaître sa concurrence
Les conditions de paiement	L'acompte Les factures d'avancement Le solde Les modes de paiement
Identifier toutes les tâches et missions au sein de l'entreprise	Les différents postes Les différentes tâches / missions réalisées
Reprise des missions de chaque collaborateur	Fiches de poste Les missions réelles Organigramme formel Organigramme informel
Identifier les compétences clés	Les besoins de l'entreprise Les compétences par collaborateur Les manques Les besoins de formations

Gestion des chantiers	<p>L'organisation en amont La préparation du chantier Le temps du chantier Le suivi du chantier La réception du chantier</p>
Gestion administrative	<p>Les intervenants Le temps passé Les organisations possibles</p>
Gestion du temps	<p>Organisation de l'emploi du temps du dirigeant La gestion des priorités Comment anticiper et rester maître du temps</p>
S'approprier les enjeux d'une relation client réussie	<p>Identifier les points clés de la relation client : réactivité, suivi, personnalisation Discours, posture, service : être en accord avec les valeurs de son entreprise Aligner attitude et qualité de service attendue pour garantir la satisfaction du client : conseils et astuces</p>
Adopter une communication orientée client	<p>Être positif face au client pour gagner sa confiance. Prendre le temps d'écouter son client pour mieux répondre à sa demande Personnaliser sa communication et adapter sa réponse en fonction du besoin client. Maîtriser les mécanismes de fidélisation pour mettre la satisfaction client au cœur de la relation</p>

<p>Assurer une relation client de qualité grâce à l'écoute active</p>	<p>S'auto-évaluer régulièrement pour progresser : capacité d'écoute, empathie et réactivité face à un client. Recueillir le besoin du client : se rendre disponible et poser les questions essentielles. Reformuler puis synthétiser pour aboutir une solution mutuellement satisfaisante</p>
<p>Apaiser les tensions de la relation client</p>	<p>Reprendre le besoin client pour détecter la source d'insatisfaction et la résoudre. Maîtriser ses émotions et prendre de la distance : techniques et bonnes pratiques. Provisoire ou partielle : apporter une première solution rapide pour désamorcer le conflit. Etude de cas : transformer une insatisfaction en opportunité de fidélisation</p>
<p>Appréhender les différents profils de personnalité</p>	<p>Les principaux profils de personnalité Comment repérer les principaux profils Savoir cerner les caractéristiques dominantes Les sources de motivations par profil Identifier les clés d'entrée</p>
<p>Connaître son profil</p>	<p>Ses caractéristiques Ses forces Ses points de vigilance</p>
<p>Savoir travailler et commercer avec tous les profils</p>	<p>Mettre en place les bons canaux de communication Etablir un contact et développer un relationnel solide et durable Eviter les situations conflictuelles Rétablir la communication lorsqu'elle se coupe</p>