

Passeport Consultant

Dates

24-26 avril, 26-28 juin, 25-27 septembre,
13-15 novembre 2017.

Modalités d'inscription

- Par téléphone: 01 44 74 24 10
- Sur notre site: www.institut.capgemini.fr
- Par e-mail: institut@capgemini.com
- Par courrier: Capgemini Institut,
24 rue du Gouverneur-général-Éboué,
92136 Issy-les-Moulineaux.

Chaque participant reçoit une convocation lui donnant toutes les indications nécessaires sur l'organisation matérielle du séminaire.

Lieux / Hôtels

Les séminaires Capgemini Institut ont lieu à Paris dans les hôtels suivants : Marriott Paris Rive Gauche, Pullman Paris Montparnasse, Hyatt Regency Paris Etoile, Pullman Paris Bercy, Marriott Ambassador, Scribe.
Pour chaque séminaire, les convocations précisent l'adresse et les moyens d'accès. Les réservations de chambres devront être assurées individuellement par les participants. Une liste d'hôtels sélectionnés à proximité du lieu de la formation vous est envoyée avec la convocation.

Horaires

Premier jour: 9h30 - 17h30.
Jour(s) suivant(s): 9h - 17h.
Petit déjeuner d'accueil à partir de 9h le premier jour, et de 8h30 les jours suivants.
Les déjeuners sont servis entre 12h30 et 14h.

Frais d'inscription

Les frais d'inscription sont de 2 615,00 € HT (3 138,00 € TTC) par participant. Ils incluent l'ensemble de la documentation remise et la participation aux journées de formation. Les petits-déjeuners, les déjeuners et les pauses-café sont offerts.
Toute inscription non annulée huit jours avant la date du séminaire est considérée comme définitive. Les substitutions sont acceptées à tout moment.

Convention de formation

La facture envoyée tient lieu de convention de formation professionnelle simplifiée (une convention séparée pourra cependant être établie sur demande).



L'INTERVENANT

Jacques Pansard

Consultant, concepteur et directeur scientifique de l'Executive Master spécialisé en Business Consulting, expert OSEO Innovation, ancien professeur ESCP Europe, Jacques Pansard est aujourd'hui un des spécialistes français les plus recherchés par les cabinets de conseil externe ou les entités de conseil interne pour la formation au métier de consultant.

Plus de 5000 participants, consultants débutants ou expérimentés, ou bien cadres en reconversion de carrière, ont pu apprécier depuis plus de dix ans la richesse de ses formations et la qualité de ses méthodes pédagogiques, basées sur une forte interactivité, des échanges d'expériences et des études de cas réels, qui font de *Passeport Consultant* un véritable « must » de la profession du conseil en organisation et management.

Jacques Pansard est l'auteur de plusieurs ouvrages dont *Le conseil interne*, paru chez Dunod, est une référence de la profession pour la vision qu'il propose de ce nouveau métier au sein de l'entreprise.

Renseignements et inscriptions

01 44 74 24 10 | institut@capgemini.com
www.institut.capgemini.fr

Passeport Consultant

Le séminaire Jacques Pansard

Le séminaire de référence pour consolider une expertise de consultant, développer une activité de conseil externe/interne ou pour bien acheter des prestations de conseil

En 3 jours, l'essentiel des meilleures pratiques des grands cabinets pour :

- ▶ Créer une activité de conseil, monter une offre attractive et réussir le développement commercial.
- ▶ Bien structurer la réponse à un problème pour mieux vendre une mission.
- ▶ Organiser le travail, tenir votre engagement et fidéliser vos clients.
- ▶ Viser l'excellence opérationnelle dans une relation client - prestataire interne ou externe.

A l'issue du séminaire, vous connaîtrez les principales méthodes utilisées par la profession, quelle que soit la taille du cabinet, vous disposerez d'outils immédiatement utilisables, vous sortirez enrichi de nombreux exemples vécus.

24-26 AVRIL | 26-28 JUIN |
25-27 SEPTEMBRE | 13-15 NOVEMBRE 2017

Passeport Consultant

► Les démarches, les méthodes, les outils, les meilleures pratiques du métier de conseil externe ou interne

Ce 360° du conseil, véritable référence de la profession depuis 1995, est destiné :

- aux consultants des grands et petits cabinets de conseil en organisation et management, ou des sociétés de services ;
- aux consultants internes des entreprises, auprès des directions générales ou dans les métiers ;
- aux professionnels qui envisagent une évolution de carrière vers le conseil ;
- aux acheteurs de conseil, clients, sous-traitants, partenaires, directeurs de projet, etc. ;
- aux cadres des fonctions support qui souhaitent acquérir les bonnes pratiques de l'efficacité opérationnelle dans la relation avec leurs clients internes.

Le conseil est un métier à forte valeur ajoutée qui s'exerce aujourd'hui dans un contexte fortement compétitif. Pour faire la différence, il est désormais indispensable d'être un vrai professionnel, capable de comprendre la mutation des organisations professionnelles (notamment des concepts tels que la digitalisation ou la « virtualisation » de l'entreprise), qualifier le vrai besoin face à un problème posé par le client, structurer un plan d'action, en utilisant les méthodes et outils actuels, adaptés aux préoccupations du client.

Conçu et animé par Jacques Pansard, ce séminaire dresse un état de l'art complet du métier de conseil :

- Quelles sont les grandes mutations des organisations d'entreprise ?
- Comment traduire les préoccupations exprimées par le client en plan d'action répondant aux véritables enjeux ?
- Comment convaincre le client sur la démarche ? Comment faire en sorte qu'il s'approprie les recommandations ?
- Quelles méthodes, quels outils, quelles bonnes pratiques utiliser en fonction du problème posé ?
- Comment bien acheter du conseil ? Comment piloter son consultant pour optimiser son intervention ?
- Comment lancer et développer une activité de conseil, externe ou interne : les clés de la réussite, les pièges à éviter ?
- Comment optimiser la collaboration entre consultants internes et consultants externes ?
- Quelle évolution actuelle des attentes des clients, quelle évolution du marché du conseil, quelle évolution du métier de consultant ?

Ce panorama didactique et pragmatique est illustré de nombreuses expériences vécues, pour une mise en application immédiate.

1 Vendre une mission de conseil

C'est par là que tout commence sur le terrain. Un savoir-faire indispensable pour tout consultant, qu'il fonctionne en indépendant ou au sein d'un cabinet. Pour se démarquer des autres et gagner la confiance du vrai décideur, il convient de comprendre les grandes problématiques d'entreprise, bien positionner le vrai problème et convaincre par une offre attractive.

De Fayol à l'entreprise 4.0, les grandes évolutions de la théorie des organisations

- Porter et la révolution de l'approche par les processus.
- L'impact des nouvelles technologies.
- De nouveaux rapports au travail.

L'apport du consultant

- La posture consultant
- Les différents types d'intervention et les nouveaux business modèles du consulting (« uberisation » du métier ?)
- Le marché du conseil en France : comprendre la stratégie des principaux acteurs.

Le processus d'avant-vente

- Les opportunités de vente.
- Prospecter : bien utiliser les réseaux sociaux, réussir le premier contact.
- Gagner un appel d'offres.
- Qualifier le besoin, comprendre l'écosystème « achat » du client, évaluer la Valeur Utile Per4ue Client.
- Structurer l'intervention par la méthode de l'analyse ciblée.

Élaborer la proposition

- Les grands équilibres à respecter pour une mission de conseil.
- Les différents acteurs de la mission.
- Évaluer la charge de travail.
- Le canevas à respecter.
- Qu'est-ce qu'une offre compétitive ?

Gagner l'accord du client

- Réussir la soutenance orale.
- Savoir bien négocier.
- Gérer la relation avec les achats.
- Les erreurs à éviter en avant-vente.

2 Analyser le problème posé

Apprendre à bien se comporter en situation chez le client pour recueillir les bonnes informations tout en donnant une image de grand professionnel.

Organiser la phase de recueil

- Identifier les interlocuteurs pertinents face au problème posé.
- Optimiser le recueil d'information.

Professionaliser l'entretien d'investigation

- Préparation : que faut-il faire ?
- Déroulement : règles à respecter.
- Quelques techniques : prise de notes, attitudes, comportements.

Animer des réunions efficaces

- Les règles propres aux différents types de réunion.
- Préparer, animer, exploiter.
- Les écueils à éviter.

3 Organiser la réflexion et savoir restituer

C'est l'empreinte qui reste chez le client au terme de la mission. Comment convaincre et laisser une bonne impression au client ?

Comment bien structurer les idées ?

- Organiser les informations recueillies.
- Passer du constat aux conclusions et aux recommandations.
- Construire une argumentation.
- Savoir convaincre.

Qu'est-ce qu'un rapport de qualité ?

- Les différents types de restitution écrite.
- Structurer le rapport final.
- Les règles d'or à respecter.

Les conditions d'une bonne appropriation des résultats par le client

- L'importance d'une communication progressive.
- Faire preuve d'assertivité.
- Bien restituer à l'oral face à un groupe.

4 Piloter la mission de conseil

Que l'on intervienne en solo ou avec une équipe, il faut posséder les meilleures pratiques, développées au sein des grands cabinets, pour tenir les engagements, en qualité et en délai, dans le respect des exigences de rentabilité. Cette partie du séminaire présente le « road book » qui permet d'assurer un suivi sans faille de la mission.

Organiser le travail

- Du devis commercial au devis opérationnel.
- Affecter les tâches.
- Initialiser la mission chez le client.

Les acquis au terme de cette formation

Ce séminaire propose un ensemble cohérent et intégré de méthodes, pratiques et outils mis en œuvre par les meilleurs cabinets mondiaux. Il examine le "cœur de métier" sous ses différents aspects, techniques et humains.

Il déroule le film de l'intervention en expliquant la nécessaire évolution de la relation entre le consultant et son client.

Il sensibilise les participants sur les points critiques, les risques, les pièges à éviter, les précautions à prendre pour bien vendre et réussir la mission.

Le métier du conseil

- Les acteurs du conseil et leur stratégie.
- L'importance de la dimension humaine dans le conseil.
- Comprendre la culture d'entreprise.
- Les principaux leviers pour améliorer la performance des organisations.

Les pratiques du conseil

- Le business plan, les techniques de vente.
- Structurer une réflexion tout au long de l'intervention.
- Conduire un entretien, animer une réunion.
- Réussir la conduite du changement.
- Gérer son temps.

Les outils du conseil

- Évaluation de la VUPC, calcul d'une charge de travail.
- Analyse ciblée.
- Analyse stratégique / diagnostic opérationnel.
- Optimisation des performances opérationnelles.
- Analyse de profil de personnalité.
- Les 7 leviers du changement.
- Socio dynamique des parties prenantes.

Gérer la mission

- Les points de contrôle.
- Suivre l'avancement technique et économique.
- Gérer les risques.
- Garantir la qualité.
- Capitaliser pour être plus efficace demain.

Animer l'équipe

- Le cycle de vie de l'équipe.
- Gérer la motivation.
- Animer une équipe performante.
- Résoudre les tensions au sein de l'équipe et gérer les conflits.

5 Consolider la confiance client

Le consultant intervient sur des sujets sensibles pour son client. C'est pourquoi le conseil est un métier de terrain, qui suppose une collaboration étroite entre le consultant-prescripteur et le client-demandeur. Un mot-clé pour ce métier, la confiance, indispensable pour réussir. Seul un client satisfait confiera une suite et de nouvelles missions sur d'autres projets.

Rassurer le client en permanence

- Quels sont les interlocuteurs du consultant ?
- Connaître son client : décoder son profil de personnalité.
- Viser la satisfaction client : du service rendu au service perçu.

LE MOT DE L'INTERVENANT

« Grâce à des méthodes pédagogiques très interactives (étude de cas, jeux de rôle, retour d'expériences vécues...), vous apprendrez à mieux aborder une problématique d'entreprise, à vendre ou acheter une prestation et fidéliser un compte client, à élaborer une nouvelle offre. Suite à ce séminaire, les participants affirment avec du recul qu'ils sont plus à l'aise chez leurs clients, plus efficaces pour vendre, conduire leurs missions et gérer leur temps. Le support de cours restera un document de référence pour votre carrière de consultant. »

Jacques Pansard

Gérer les situations difficiles

- Les demandes complémentaires.
- Prévenir et gérer les situations de crise.

Développer le compte client

- Les enjeux d'une bonne relation client.
- Le triangle d'or de la confiance.
- Fidéliser un compte client.

6 La boîte à outils du consultant

Le consultant capable d'utiliser les bonnes méthodes est celui qui rassure le plus son client. À l'appui de nombreux exemples, cette partie examine les atouts et faiblesses des principaux outils disponibles, leurs domaines privilégiés d'application, mais aussi leurs principales contre-indications et précautions d'emploi.

Les méthodes d'analyse et de diagnostic

- Comprendre l'environnement client : 7S, RSI, le profil de la culture d'entreprise.
- La démarche de résolution de problème, l'analyse de la valeur.
- Les outils d'analyse stratégique : les 5+1 forces de Porter, le SWOT, les matrices BCG / Mc Kinsey / Ansoff, le canevas stratégique, la démarche « Océan Bleu », les nouveaux « business modèles ».
- Les outils de diagnostic de projets.
- Panorama des référentiels internationaux de bonnes pratiques : ITIL, Cobit, CMMI pour l'informatique, PMI / IPMA / Prince 2 pour la gestion de projet, e-Scm pour la relation client-prestataire.

Les méthodes d'amélioration de performances

- Du Business Process Reengineering/Business Process Management au Lean Sigma, pour optimiser les processus métier.
- Le Benchmarking, pour s'évaluer face aux meilleurs.
- Six Sigma, pour améliorer la qualité de fonctionnement des organisations.
- Lean Six Sigma, pour optimiser coûts, délais et qualité.

Conduire le changement

- Synthèse de quelques grandes théories de management du changement
- Comment élaborer une stratégie d'alliances progressives (socio dynamique, les 7 leviers du changement).
- Les étapes à respecter.

Gérer son temps

- Trouver son équilibre de vie face à des sollicitations professionnelles exigeantes.
- Optimiser la ressource temps.
- Savoir gérer la pression.
- Quelques outils pour optimiser son temps.

7 Développer une activité de conseil externe ou interne

L'essentiel de ce qu'il faut savoir pour lancer une activité de conseil externe, soit comme indépendant, soit comme responsable d'un nouveau département. Les conditions de réussite pour monter une structure de conseil interne performante, pour accélérer la performance de l'entreprise.

Élaborer une offre de conseil externe

- Se mettre à son compte.
- Comment élaborer son business plan.
- Les grands indicateurs de la profession.
- Construire le plan d'action commercial.

Le conseil interne, un nouveau métier à forte valeur ajoutée en entreprise

- Synthèse d'un récent benchmark européen.
- Les missions et les atouts des consultants internes.
- Les facteurs de succès pour monter une entité de conseil interne.

Les qualités individuelles à développer pour devenir un excellent consultant

Sessions 2017

24-26 AVRIL

26-28 JUIN

25-27 SEPTEMBRE

13-15 NOVEMBRE

Renseignements et inscriptions

Véronique Groud : 01 44 74 24 10
institut@capgemini.com

www.institut.capgemini.fr