



Formations et ateliers
en Créativité, Tendances et Innovation

Ecoutez les tendances
pour trouver des idées...

...et obtenir un résultat
financier mesurable.



Tendance

trendemic

Endémique

Trouvez les révolutions avant qu'elles ne vous trouvent

Les succès de demain ne proviendront pas des mêmes idées et méthodes qu'hier et aujourd'hui !

Pourtant, malgré cette évidence, nous restons conditionnés par notre enseignement et notre expérience. Il semble que nous restions aveuglés par les modèles traditionnels et les copier-coller faciles. Nous ne voyons pas les changements en cours sur lesquels construire l'entreprise de demain -curieuse, agile et créative - qui répondra aux attentes de nos collaborateurs et nos clients.

En développant la curiosité, l'agilité et la créativité nous pouvons accélérer l'émergence et la collecte des idées et leur transformation en actions concrètes pour prendre la tête de votre marché, relancer l'engagement de vos salariés et la confiance de vos clients.

Assez de lecture !

Regardons ensemble comment nous pouvons co-construire une organisation plus créative et innovante...



DES FORMATIONS D'EXCEPTION

Nous ne donnons pas de solutions toutes faites, nous vous guidons pour que vous trouviez les vôtres !

Formez-vous aux outils et méthodes que nous utilisons chez nos clients pour infuser une culture de l'innovation dans l'ensemble de vos fonctions, systèmes, processus, produits et offres de services.

Nos formations ont pour but de permettre à chaque membre de votre entreprise d'acquérir ou de renforcer leurs capacités d'innovation et de différenciation. Les outils et méthodes que nous avons sélectionnés vous permettront de développer votre aptitude à trouver de nouvelles idées et concrétiser les meilleures.

Parce que les besoins en compétences divergent selon le niveau de responsabilité et d'autonomie, nous présentons nos formations en 3 cycles pour vous aider à mettre en place rapidement une culture de l'innovation basée sur votre histoire et vos valeurs :



Cycle 1 : Pour vos collaborateurs

Cycle Transformation
Devenir un agent du changement



Cycle 2 : Pour vos managers

Cycle Leadership
Devenir manager de l'innovation



Cycle 3 : Pour vos dirigeants, DRH, Hauts Potentiels,...

Cycle Culture d'entreprise
Déployer une culture de l'innovation

Lors de ces formations, nous stimulons la curiosité, provoquons des idées nouvelles et créons des ponts entre les disciplines. Nous apportons aux participants des capacités immédiatement utilisables et transposables à la réalité de leurs métiers.

Toutes nos actions de formation n'ont qu'un objectif :
Propager la créativité dans votre organisation pour créer une culture de l'innovation durable.

UNE PEDAGOGIE FORTE

Chaque formation commence par un diagnostic et mène à un plan d'action concret

Notre pédagogie est construite sur la base de nouveaux concepts en matière d'enseignement. Nous commençons par échanger sur les besoins personnels des participants avant de proposer un questionnaire pour personnaliser nos journées aux attentes des participants, à leurs potentiels individuels et à leur mode de pensée et style de créativité. Ce qui provoque l'engagement nécessaire à l'ancrage des appropriations.

Nos formations sont conçues pour favoriser l'interactivité, susciter la curiosité, dynamiser la créativité et consolider les connaissances techniques. Elles se fondent sur des apports méthodologiques précis, une très grande partie réservée à l'expérimentation à raison de 20% de contenus et exemples et 80% d'expérimentation et d'interactivité. Afin d'assurer de réels « face à face » et une expérience participative le nombre des participants est limité à 12.

« Cadeau Bonux », « Double effet kiss cool », ou « Surprise Kinder » (oui, nos formations utilisent aussi l'intergénérationnel), vous repartez avec des idées à mettre en place rapidement (75% des idées générées pendant ces journées sont jugées « en rupture et utiles » par les participants »).

Lors de journées intra-entreprise, nous abordons la formation par une approche projet. C'est à dire que nous vous formons à l'utilisation de nos outils en vous aidant à accélérer la réussite de votre projet.

LE FORMAT

Soucieux d'optimiser votre temps, et conscient qu'il importe de laisser un temps d'appropriation entre chaque expérience, nous vous proposons une approche par modules d'une journée que nous pouvons à votre demande doubler pour d'avantage d'expérimentation et d'approfondissement. En parallèle, des vidéos "façon MOOC" (en cours de réalisation) à visionner avant et après la formation apportent un complément d'informations.

Toutes nos formations sont proposées en Intra-entreprises et comprennent les quatre solutions sur lesquels est construite notre approche :



L'inspiration

Signaux faibles, Tendance,
et chasse aux idées



L'inception

Décalage, différenciation
et quête de surprise



L'idéation

Mise en place de la collaboration
émergence d'idées et prototypage



L'induction

Concrétisation, gestion de projet
et mesure des résultats

LE PUBLIC AUQUEL S'ADRESSE CES FORMATIONS INNOVANTES

Notre approche est conçue pour ceux qui recherchent de nouvelles idées, de nouvelles perspectives et de nouveaux modèles pour résoudre des problèmes de plus en plus complexes et variés.

Nos cycles de formation sont spécialement conçus pour les :



Directions des Ressources Humaines

Préparer vos talents aux réalités d'aujourd'hui et aux défis de demain. Confrontez les à de nouvelles notions techniques et créatives qui les aideront à mieux manager, innover durablement et optimiser toutes les ressources disponibles.



Entrepreneurs, dirigeants

Préparez-vous à construire aujourd'hui les fondations de votre entreprise de demain. Ouvrez-vous aux nouvelles mentalités et attentes de vos futurs clients, consommateurs et salariés. Ne prenez pas seulement du recul mais faites aussi un pas de coté pour inventer vos modes d'organisation, style de management, processus et offres de demain.



Encadrement

Innovez dans vos modes de management. Identifiez et mettez en valeur les potentiels créatifs de vos collaborateurs pour favoriser les projets de changement et les processus de transformation.



Collaborateurs en quête de créativité et d'idées nouvelles

Quel que soit votre métier, si l'innovation fait partie de vos préoccupations, les formations Trendemic catalyseront votre créativité, intuition, sens analytique et capacité d'anticipation. Elles permettent de renforcer vos compétences techniques et capacités personnelles tout en vous offrant de nouveaux regards et possibilités de développement personnel et professionnel.



Consultants interne et externes

En d'autres termes toute personne en charge d'aider un client interne ou externe à construire et déployer le changement ou une transformation dans une équipe ou une organisation.

LE CONCEPT DES « ATELIERS FORMATIONS »

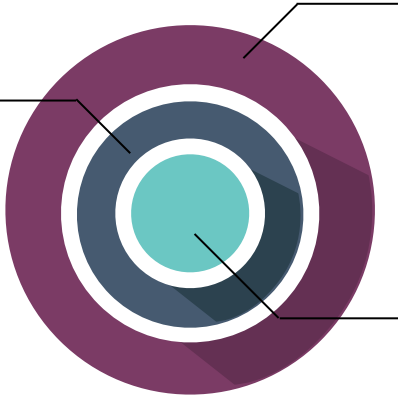
Nous partageons ce que nous pratiquons.

Nos formations sont beaucoup plus qu'un transfert d'expérience ou de savoir. Elles sont construites sur notre pratique de conseil en innovation. S'y succèdent diagnostics, expérimentations, échanges, résolutions de cas pratiques et plans d'actions concrets et hiérarchisés que les participants pourront utiliser rapidement.

Chaque formation est conçue par des formateurs d'univers différents combinant des expertises RH, techniques ou managériales. Ainsi chaque formation est inédite et unique pour un retour sur investissement visible grâce à une approche avant-gardiste et concrète sur les problématiques proposées par les participants.

Nos 21 modules "Innovation"

Nous vous invitons à construire un programme personnalisé en cumulant ces journées.



| | |
|---|----|
| Cycle 2 - Managers | |
| 2.1 - Développer la créativité de son équipe | 15 |
| 2.2 - Animer un brainstorming | 16 |
| 2.3 - Développer la collaboration dans votre équipe | 17 |
| 2.4 - Innovation managériale et RSE | 18 |
| 2.5 - Stimuler l'innovation avec la formation | 19 |
| 2.6 - Manager à distance | 20 |
| 2.6 - Manager l'incertitude | 21 |
| 2.7 - L'innovation Managériale | 22 |
| Cycle 3 - Dirigeants, DRH | |
| 3.1 - Développer une culture de la créativité dans son entreprise | 24 |
| 3.2 - Identifier le génome de l'innovation | 25 |
| 3.3 - Maximiser et manager la créativité de son équipe | 26 |
| 3.4 - Innovation et Design Thinking | 27 |
| 3.5 - Instiller la sérendipité comme source d'innovation | 28 |
| 3.6 - "Leapfrogging", la culture de la surprise | 29 |
| 3.7 - Retrouver l'esprit pionnier ou startup spirit | 30 |
| 3.8 - Disruption et innovation radicale | 31 |
| 3.9. Repenser son Business Model | 32 |
| Cycle 1 - Collaborateurs | |
| 1.1 - Développer ses capacités créatives personnelles | 9 |
| 1.2 - Devenir chasseur de tendances et leader d'innovation | 10 |
| 1.3 - Faciliter le changement avec l'économie comportementale | 11 |
| 1.4 - Utiliser son intuition pour trouver des idées nouvelles | 12 |
| 1.5 - Développer son charisme pour vendre ses idées | 13 |

CONSTRUISEZ VOTRE FORMATION EN FONCTION DE VOTRE OBJECTIF :

Construisez votre parcours de formation personnalisé en sélectionnant les modules répondant à vos besoins.



Cycle 1 Collaborateurs



Cycle 2 Managers



Cycle 3 Dirigeants/RH

Vous vous demandez comment :

Développer votre chiffre d'affaires ?

P9+P10

+

P16+P17

+ P23+P24+P25+P27

Développer l'agilité de votre entreprise ?

P9+P10 +P12

+

P15+P17+P18

+ P23+P24+P25+ P28

Lancer un culture de l'innovation ?

P10 +P12 +P13+P14

+

P15+P16+P17+P18

+ P23+P24+P25+ P26+P27

Faciliter le changement ?

P9+P10+P11

+

P16+P17+P18+P20+p21

+

22+P23+P25+P28

Souder vos équipe autour de l'innovation ?

P10+P11+P13

+

P15+P16+P17+P18

+ P22+P23+P24+P28

Développer la collaboration ?

P9+P11

+

P16+P17+P20

+ P22+P24+P28



Cycle Transformation créative

Devenir un agent du changement

Parce que la créativité part avant tout de la personne, ce cycle se concentre sur les compétences personnelles à acquérir dans une démarche de transformation et d'innovation.

Grace à la démonstration et l'expérience directe de nouvelles façons de penser, avec l'identification de votre style de créativité et en vous aidant des découvertes en neuro-économie, vous verrez que le changement est facile à mettre en œuvre et qu'il commence par vous.

Etre un agent du changement signifie :

- Connaître son profil créatif, sa capacité à résoudre des problèmes et ses facilités d'innovation.
- Savoir poser les bonnes questions pour trouver des réponses inattendues
- Pouvoir rassembler autour de soi une équipe motivée sans lien de subordination
- Comprendre que l'intuition et le charisme sont des capacités qui s'apprennent et se travaillent



2 - Devenir chasseur de tendances et leader d'innovation et du changement

Dans un contexte de transformation rapide des comportements, des attentes des clients et des modèles économiques, savoir détecter les évolutions en cours, sélectionner celles qui comptent et les transformer en actions structurées pour identifier de nouvelles opportunités de croissance sont des compétences de plus en plus importantes.

Programme

1 – Du signal faible à la tendance

- Découvrir les 6 grands systèmes de valeurs et leurs impacts sur les modes de consommation, de management, d'apprentissage etc.
- Partager autour des types de tendances en utilisant notre outil « Trendstorming ».
- S'approprier un système de classement des tendances.

2 – Devenir chasseur les tendances

- Intégrer les outils des chasseurs de tendance dans son activité
- S'exercer à repérer les sources pour identifier les tendances qui comptent facilement
- Evoluer de la captation des signaux faibles à l'assimilation des tendances : Le processus de « Trendabilité »

3 – Utiliser les tendances en vue d'un résultat concret

- Classer et mixer les tendances pour les utiliser concrètement
- Utiliser les tendances dans le processus de créativité (Trouver le bon défi à relever, décaler la question, générer des idées et concrétiser l'action)
- S'entraîner à travailler en groupe autour de techniques de créativité pour répondre à une thématique d'innovation concrète

4 – Tendance et stratégie

- Comprendre le rôle des tendances dans l'incertitude pour les identifier sans problématique précise
- Créer ses propres tendances
- Traduire les signaux faibles dans une stratégie d'innovation sectorielle répondant à une problématique précise



Les participants repartent avec :

- Une certification permettant d'acquérir les outils « trendstorming »
- La compréhension des grandes tendances sociétales en cours.
- un système de classement Sortir des clichés des chasseurs de tendances
- Une méthode pour apprendre à identifier et utiliser les tendances les plus utiles (et rentables)
- un nouveau savoir-faire en matière de détection et d'analyse de tendances
- Une expérience concrète sur la façon dont la détection des tendances vient nourrir les étapes du processus de créativité
- Un exemplaire de « Trendstorming »



3 - Faciliter le changement avec l'économie comportementale

Le changement est devenu une science depuis les recherches effectuées en économie comportementale (Comment l'être humain prend des décisions) et les Neurosciences cognitives (comment le cerveau fonctionne en phase d'apprentissage) et nous donne aujourd'hui des règles de fonctionnement du changement.

Programme

1 – Les bases de l'économie comportementales

- Neuroanatomie, neurophysiologie et Neuroimaging : Les outils de la neuroéconomie
- Expliquer l'irrationalité de nos décisions avec la Neuroéconomie
- Ce que les neurosciences nous apprennent sur nos capacités d'apprentissage et de prise de décision
- Appréhender Le travail et la motivation grâce aux neurosciences

2 – Neurosciences en prise de décision

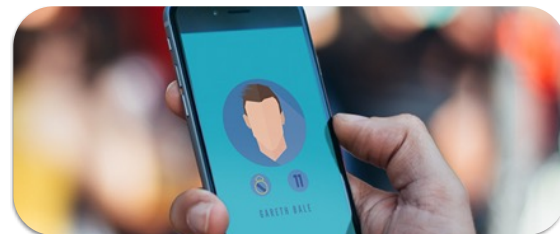
- Les mécanismes affectifs de la prise de décision
- Théorie double de la prise de décision
- Le cerveau social : le cerveau et le jeu

3 – L'approche cognitive appliquée au changement

- Découvrir Les théories du changement actuelles
- Intégrer Les nouvelles règles du changement et leur traduction concrètes en action
- Comprendre ce qu'est un biais comportemental

4 – Les outils du changement

- Explorer Les 20 règles de l'économie comportementale (loss aversion, framing effect...)
- Appréhender Les Bases de l'effectuation (économie comportementale appliquée à l'entrepreneuriat)
- Faire des choix d'architecture, heuristiques, ancrages et autres biais cognitifs
- Comprendre les déclencheurs qui les motivent à prendre des décisions parfois inconsistantes avec les théories économiques habituelles.



Les participants repartent avec :

- Des exemples concrets prouvant que nos clients, consommateurs, collaborateurs (et nous-même) ne prenons pas toujours de décisions de façon rationnelle.
- Une nouvelle facilité pour développer de nouveaux produits, inventer de nouveaux services ou modes d'organisation grâce à l'application de l'économie comportementale dans la pensée créative
- des méthodes pour modifier le fonctionnement de son équipe et de son organisation de façon "naturelle"
- Un exemplaire de notre outil « Change Cards » qui leur permettra d'identifier rapidement les facteurs de changement.



4 - Utiliser son intuition pour trouver des idées nouvelles

Utilisé par les forces de l'ordre française et étrangères pour penser « hors de la boîte ou en dehors du cadre », l'intuition est un vrai sujet d'expérimentation et d'aide pour trouver des idées originales.

Programme

1 – Appréhender son intuition

- Compréhension scientifique de l'intuition et du raisonnement logique
- Utilisation concrète de l'intuition en entreprise
- Comprendre et travailler avec l'information intuitive
- Utiliser son intuition pour accomplir ses projets

2 – Expérimentation

- Utiliser l'intuition dans la formulation d'hypothèses et la recherche de solutions
- Comprendre ses émotions et les utiliser dans l'innovation
- Cibler et maintenir son attention sur un objectif
- Se donner une direction claire pour éveiller son intuition

3 - Utiliser le processus intuitif pour la réussite de vos projets

- Canaliser son mental et gérer le stress.
- Conduire un projet innovant avec raison et intuition
- Revisiter les trois étapes de la créativité sous l'angle de l'intuition : constat, action et persévérance.

4 – Utiliser l'intuition dans l'entreprise

- Management – Rester concentré et attentif sous la pression
- Team Building – Partager ses intuitions en équipe pour construire un plan d'actions partagé
- Se concentrer sur un objectif précis pour améliorer sa productivité



Les participants repartent avec :

- La capacité de relier leur esprit logique et leur intuition
- La connaissance des sources de l'intuition en entreprise
- La capacité de prendre des décisions plus pertinentes et mieux adaptées
- Une plus forte confiance en eux pour agir avec perspicacité
- Une meilleure compréhension des autres et des événements grâce à une lecture plus fine des situations
- La connaissance de leurs différences dans le cycle de la créativité
- Plus d'audace pour prendre des risques et aller à contre-courant.



5 - Développer son charisme pour vendre ses idées

Avoir des idées est un point de départ mais quand il s'agit de confronter cette idée à la réalité pour la réaliser il ne suffit pas d'être créatif, il faut être écouté ! Identifier son type charisme et le travailler devient un sujet important dans son parcours créatif.

Programme

1 – Comprendre le charisme

- Test typologique de Charisme (visionnaire, autoritaire, gentillesse, présence)
- Comment développer et équilibrer ses différents styles de charisme
- Comment adapter son charisme à un interlocuteur ou à une situation

2 – Apprendre à développer son charisme

- Travailler la précision de son vocabulaire pour trouver le mot juste
- Analyser le non verbal tel que prescrit par les neurosciences
- Décrypter le fonctionnement du charisme et de l'influence

3 – Développer son charisme relationnel

- Savoir établir un contact sincère
- Trouver le positif de chaque situation
- Situer et comprendre l'interlocuteur
- Développer son réseau et travailler en réseau

4 – Vendre une idée

- Présenter son idée grâce à plusieurs outils tel que le Storyboarding
- Utiliser la simplicité comme règle de présentation
- Défendre son point de vue de façon positive et précise
- Préparer et faire valoir ses arguments



Les participants repartent avec :

- La découverte de leur style de charisme et ses différentes composantes
- Une prise de conscience de leur capacité de développement de leur charisme en situation
- Un moyen personnalisé pour affirmer leurs idées et rallier à celles-ci leur équipe et leur responsable hiérarchique.
- Plus de confiance en eux pour prendre des risques et aller à contre-courant.





Cycle Leadership

Devenir manager de l'innovation

Si l'innovation est l'affaire de tous, c'est au management d'avoir la vision et l'engagement pour promouvoir la transformation désirée. Cela demande une vérité fondamentale : l'innovation est le résultat d'un environnement managérial incitant vos collaborateurs à exprimer leurs idées et à participer à leur mise en place, à prendre des initiatives et à apprendre de leurs erreurs.

Etre un manager de l'innovation permet de :

- Comprendre que le rôle du Manager n'est pas d'avoir les meilleures idées mais d'aider son équipe à développer les siennes.
- Libérer la créativité de son équipe sans a priori, ni préjugés.
- Vendre des projets aux autres en pouvant présenter une vision claire et précise liée aux valeurs de son organisation.
- Négocier avec ses partenaires les ressources nécessaires, les changements de processus à opérer et à résoudre les conflits.



1 - Développer la créativité de son équipe

Ce n'est plus au manager d'avoir les meilleures idées. Son rôle est désormais d'aider ses collaborateurs à synchroniser leurs styles de créativité et de créer un environnement managérial facilitant l'expression et la concrétisation d'idées collectives.

Programme

1 – Mon équipe est elle créative ?

- Créativité, innovation et imagination sur le lieu de travail
- Les différents types de créatifs (inspirateur, idéateur, clarifieur, développeur)
- Diagnostic individuel de ses capacités créatives
- Identification des « Freins managériaux à la créativité et à l'innovation »

2 – Le processus de Créativité collectif

- Les « Icebreakers » pour favoriser la collaboration et la créativité de son équipe
- Formuler les problèmes pour aider ses collaborateurs à chercher des solutions efficaces et réalistes
- Lever les obstacles organisationnels empêchant la créativité (éducation, peur,...).
- Les outils pour créer des moments alloués à la curiosité, à la rencontre et au travail collaboratif

3 - Les principes clés de la facilitation créative

- Le désir profond : passer des intentions à l'action
- Se construire autour de sens et de valeurs
- Faire de l'innovation l'affaire de tous et se réinventer en permanence
- L'audace : expérimenter et oser prendre des risques

4 – Les bonnes pratiques managériales de la créativité

- Diagnostic de ses pratiques innovantes de management
- Présentation et illustration des piliers de l'innovation managériale
- Les 3 étapes du manager d'équipe créative (profil, méthode, écoute)



Les participants repartent avec :

- Une identification claire des freins à l'innovation qui existent dans leur équipe et des moyens pour les éliminer
- Une meilleure connaissance du processus de créativité et les conditions de mise en place d'un environnement facilitant l'innovation continue pour eux et leur équipe
- Une méthode éprouvée pour supprimer les freins à l'innovation liés à leur style de management
- Une capacité d'écoute et d'encouragement renouvelée
- Une réflexion personnalisée sur le lien entre les valeurs de leur entreprise et leur capacité d'innover
- Des outils et exemples pour améliorer la collaboration dans leur équipe et au delà.



2 - Animer un brainstorming

Si le Brainstorming ne suffit pas à établir une culture de l'innovation, il reste très utile pour maintenir la collaboration de son équipe et lancer une recherche créative à un problème donné. L'animation de cette méthode est en lien direct avec le rôle du management dans l'innovation.

Programme

1 - Rassembler un groupe créatif autour d'une question

- Connaître les différents profils créatifs (clarificateurs, réalisateurs,...)
- Formuler la bonne question qui décale le sujet
- Transformer le problème à résoudre en opportunités de développement

2 - Lancer un brainstorming et stimuler la créativité

- Adopter les attitudes créatives selon les règles du brainstorming mises à jour par les neurosciences
- S'échauffer créativement avec des "icebreakers" adaptés
- Apprendre à dépasser le "mur de la créativité"
- Animer un atelier de co-développement

3 - Outils pour produire des idées

- Les étapes du brainstorming (Ouverture, Exploration, Fermeture)
- Le cycle de réflexion divergence/convergence
- Les exercices créatifs facilitant la recherche d'idées
- Les outils créatifs online et offline (mural.ly, fluidity, Stormz...)

4 - Sélection des idées les plus adaptées et mise en action

- Utiliser le "Post-Mortem" pour identifier les risques et confier les responsabilités
- Utiliser les tendances comme support créatif avec le Trendstorming
- Sélectionner les idées les mieux adaptées en fonction du temps, prix, universalité, crédibilité, valeurs, etc



Les participants repartent avec :

- Une identification claire des freins à l'innovation qui existent dans leur équipe et des moyens pour les éliminer.
- Une meilleure connaissance du processus de créativité et les conditions de mise en place d'un environnement facilitant l'innovation.
- Une méthode éprouvée pour supprimer les freins à l'innovation liés à leur style de management.
- Une capacité d'écoute et d'encouragement renouvelée.
- Une réflexion personnalisée sur le lien entre les valeurs de entreprise et sa capacité d'innover.
- Des outils et exemples pour améliorer la collaboration dans leur équipe et au delà.



4 - Stimuler l'innovation avec la formation

La formation est en train de suivre une révolution avec l'apport de plusieurs champs : neurosciences, sciences comportementales, approche talent, hypnose ou la gamification. Il est temps de s'y retrouver et de construire un programme stratégique de formation qui rende votre entreprise plus innovante et vous permette de prendre de l'avance sur vos concurrents.

Programme

1 – Les Neurosciences cognitives et la fin des Neuromythes

- Plasticité, neurones miroirs, et la vérité sur le cerveau gauche / droit
- Les Neuro-faits qui facilitent l'apprentissage
- La Neuroéconomie : les neurosciences et la psychologie cognitive appliquées à l'innovation
- Apprendre à "hacker" nos modes d'apprentissage pour accélérer l'apprentissage

2 – Nouvelles méthodes pédagogiques

- Postures d'apprentissage et nouveaux modes de communication de l'information
- La place du mentor et du reverse mentoring dans l'apprentissage
- Des xMOOCs et cMOOCs aux SPOC et autres DOCC
- Trouver son excellence pour connaître son mode individuel d'apprentissage

3 – Du bon usage de l'apprentissage social ou « Social learning »

- Développer son attention avec la gamification
- Accélérer l'apprentissage avec l'apprentissage social (Social Learning)
- Capturer l'attention avec l'utilisation du Design et de la Slidologie

4 – Intégrer les nouveaux outils dans nos pratiques actuelles

- Diagnostic de ses pratiques actuelles de formation
- Outils 2.0 qui accélèrent l'apprentissage (moteur d'ancrage mémoriel, ...)
- Nouvelles pratiques pour favoriser la créativité par la formation



Les participants repartent avec :

- La compréhension de la révolution en cours dans les modes d'apprentissage
- Utiliser tous les outils à disposition pour automatiser les apprentissages qui peuvent l'être pour accéder rapidement aux expérimentations
- Avoir une stratégie de formation adaptée aux outils de transmission et aux personnalités des apprenants
- Un diagnostic des pratiques actuelles de formation
- Un plan d'action pour utiliser les « neuro-faits » dans les pratiques actuelles de formation
- Développer sa capacité à identifier et sélectionner les opportunités d'innovation.
- Un sens de co-responsabilité et d'avantage d'implication et de visibilité dans son parcours de formation.



5 - Développer la collaboration dans votre équipe

Le management collaboratif vise à aplanir les hiérarchies et placer le manager au centre du processus de décision plutôt qu'au sommet. C'est également l'occasion de décloisonner l'organisation afin de faciliter les interactions et la complémentarité de ses collaborateurs

Programme

1 - Les bénéfices du management collaboratif

- Adopter les 8 principes du management collaboratif (intérêt général, liberté d'expression, co-responsabilité ...)
- Eviter les pièges du management collaboratif (compromis, lenteur...)
- Gérer les freins à l'instauration d'un management collaboratif (lutte de pouvoir, individualisme...)

2 - Instaurer un climat propice à la collaboration

- Valoriser et piloter les comportements collaboratifs
- Clarifier les droits (liberté d'expression...) et les devoirs (respect des autres...) de la collaboration
- Négocier un "contrat" de collaboration responsabilisant (décision, initiative, récompense...)

3 - Adopter une posture de management collaboratif

- Instaurer la confiance (authenticité, proximité, ouverture, reconnaissance)
- Favoriser la coopération (soutien, solidarité, co-créativité, complémentarité)
- Renforcer la convivialité (ambiance, célébration, équilibre, conditions de travail)

4 - Inciter au changement par une dynamique collaborative

- Créer un espace et des temps de libre expression
- Encourager et valoriser les initiatives (amélioration de l'existant et innovations)
- Impliquer chacun dans la résolution des problèmes (les siens et celui des autres)
- Inciter au partage d'information, aux échanges et à la concertation



Les participants repartent avec :

- La compréhension des limites du management traditionnel
- Les outils pour mobiliser leur équipe autour d'un sens commun et des valeurs partagées.
- Les méthodes de "responsabilisation" basées sur l'engagement, et la co-responsabilité
- Un plan d'action pour utiliser les « neuro-faits » dans les pratiques actuelles de formation
- Développer sa capacité à identifier et sélectionner les opportunités d'innovation.
- Un sens de co-responsabilité et d'avantage d'implication et de visibilité dans son parcours de formation.



6 - Manager à distance

Le management ne consiste plus seulement à une relation interpersonnelle de proximité mais demande désormais de multiplier les compétences : Maitrise les outils de collaboration, faire collaborer différentes cultures, établir des règles de fonctionnement en mode projet, etc. Cette formation peut compléter la formation "Management collaboratif"

Programme

1 - Comprendre les mutations en cours dans la collaboration

- Expérimenter le management par les valeurs et les modes de collaboration associés : participation, coopération, collaboration
- Identifier les solutions d'hier qui sont devenues les problèmes d'aujourd'hui et les nouvelles règles managériales

2 - Relever les nouveaux challenges du management à distance

- Réduire l'isolation malgré le développement du télétravail grâce à la confiance
- Maîtriser la confusion avec une communication culture adaptée
- Eliminer la fragmentation en étant clair dans les priorités

3 - Travailler la collaboration et la cohésion

- Valider la cohésion des attentes et des valeurs de ses collaborateurs
- Utiliser les règles du brainstorming pour créer des moments dédiés à l'échange
- Présentation et expérimentation du fonctionnement du travail collaboratif : communauté, coalition, etc

4 - Les piliers de la collaboration à distance en action

- Construire les étapes de la collaboration dans son contexte
- Développer l'autonomie et la maturité relationnelle des collaborateurs
- Utiliser les passerelles entre valeurs et cultures
- Veiller au bien-être dans son équipe et plaisir dans son travail, même à distance !
- Coordonner et communiquer avec les outils 2.0 adaptés



Les participants repartent avec :

- Un programme individuel de développement du management à distance de leur équipe
- Les outils pour mobiliser leur équipe autour d'un sens commun et des valeurs partagées
- Les méthodes de "responsabilisation" basées sur l'engagement et la co-responsabilité
- Une grille de lecture pour comprendre les valeurs et différences culturelles de leurs collaborateurs
- Un process opérationnel d'usage des outils 2.0 adaptés à leur contexte



7 - Manager dans l'incertitude

Nous sommes dans une période de mutation entre deux périodes de transition... et le management ne peut plus seulement prendre conscience de son ignorance de "l'inconnu connu" mais se doit de mettre en place les bons systèmes et réflexes face aux événements qu'il n'aurait jamais pu prévoir.

Programme

1 - Intégrer la gestion de l'incertitude dans son management

- Comprendre d'où peuvent provenir les risques et leur probabilité
- Se préparer à l'imprévisible plutôt que prévoir les risques
- Mesurer les avantages et inconvénients des environnements incertains

2 - Adopter la posture du leadership de l'incertitude

- Définir le profil leader de l'incertitude (enthousiasme, intuition, audace...)
- Modifier sa perception de l'inconnu pour gagner en sérénité et transformer une menace en opportunité
- Réaménager ses missions pour intégrer cette nouvelle responsabilité

3 - Développer une culture de l'innovation permanente

- Agir sur les 3 niveaux du management de l'incertitude (soi, équipe, environnement)
- Mobiliser l'intelligence collective pour anticiper les évolutions (communautés, réseaux sociaux internes, plateformes d'engagement avec ses partenaires...)
- Utiliser des méthodes de développement de la créativité et de l'innovation

4 - Gérer les tensions provoquées par l'incertitude de l'environnement

- Apprendre à être à l'écoute des tendances
- Comprendre et gérer les différentes formes de résistance au changement
- Autoriser l'expression des doutes et des peurs pour instaurer la confiance
- Gérer les manifestations d'appréhensions (bruits de couloir, désengagement...)



Les participants repartent avec :

- Une vision partagée de l'incertitude dans le contexte de leur rôle et de leur entreprise inspiré du modèle utilisé par les sapeurs-pompiers
- Un programme individuel de développement du management de l'incertitude
- Les outils pour mobiliser leur équipe autour d'un sens commun et des valeurs partagées
- Un planning de développement d'une dynamique d'innovation permanente
- Autodiagnostic individuel de ses réactions face à l'inconnu



8 - L'innovation managériale

Dans le cadre du développement d'une culture de l'innovation, il est aujourd'hui reconnu que l'innovation est le résultat d'un environnement managérial adapté et pas d'un programme déclaré. Un management prenant en compte les mutations sociétales actuelles (Génération Y/Z, le télétravail, la multi-activité, etc.).

Programme

1 - Mutations et management

- Mutations issues des effets de l'environnement sociétal, technologique ou économique ...
- Mutations qui dépendent d'une évolution du matériel générique telles que les générations et les changements de valeurs

2 - Origine du management actuel

- Montée des nouvelles valeurs sociétales et diagnostic de votre entreprise
- Description des systèmes de valeurs présents en entreprise
- Limites et risques des pratiques managériales actuelles

3 - L'innovation managériale en question

- Présentation des 6 cercles de l'innovation managériale
- Diagnostic de perception de votre maîtrise de ces cercles
- Illustration d'entreprises ayant mis en place des pratiques innovantes
- Identifier les maillons faibles de vos pratiques managériales

4 - Vers la 3ème ère managériale

- L'ère de l'Enableship : Autoriser et protéger
- Identifier les maillons managériaux de votre organisation les plus faibles
- Comprendre le lien entre management et innovation
- Utiliser les leviers de transition vers l'innovation managériale



Les participants repartent avec :

- Une nouvelle compréhension des dynamiques managériales
- Une vision claire des systèmes de valeurs présents dans leur entreprise, service et équipe
- Un diagnostic d'alignement de leurs valeurs managériales avec les valeurs sociétales.
- Un chemin clair d'amélioration de leur pratiques de management adapté au monde actuel devant les mener à «l'Enableship».





Cycle Culture d'entreprise

Déployer une culture de l'innovation

Développer une culture de l'innovation qui soit « durable », c'est à dire qui ne se limite pas à l'organisation d'un brainstorming de temps à autre, est un aspect important de la croissance d'une entreprise.

Ce cycle – conçu avec une approche conseil - se concentre sur la gouvernance, les processus de collecte d'idées, les valeurs facilitant l'invention de manière à vous aider à disposer d'une culture de l'innovation permet à ses équipes de :

- Contribuer au développement des idées dans toute l'organisation même si ce n'est pas dans leur champ d'expertise direct.
- Résoudre des problèmes de façon collaborative.
- Chercher et explorer des opportunités.
- Ecouter ses concurrents et son marché pour trouver des idées créant la surprise.
- Penser différemment en utilisant la diversité de parcours et d'opinions comme une opportunité d'innovation.



1 - Développer une culture de la créativité dans son entreprise

Pour renforcer la place de la créativité - et donc de l'innovation - dans les valeurs et la culture de votre entreprise pour la rendre Agile ET curieuse de son environnement. Nous vous conseillons de suivre cette formation après avoir suivi la journée « Maximiser et manager la créativité de son entreprise » dans le Cycle Leadership

Programme

1 - Développer la « curiosité organisationnelle »

- Connaître les trois bases de la créativité : Curiosité, Agilité et connectivité
- Identifier la place de la créativité dans votre culture d'entreprise
- Le rôle du management dans l'innovation : confiance, écoute et support.

2 - Créer une organisation Créative

- Identifier, recruter et favoriser créatifs et iconoclastes
- Identifier les freins organisationnels à l'innovation (culture, temps, confiance, valeurs...)
- Identifier les obstacles organisationnels, managériaux et humains qui empêchent l'innovation.

3 - Faire émerger et récolter les idées

- Les outils d'identification et de partage des idées
- De la boîte à idée à la place de marché des idées pour créer une « Communauté d'innovation »
- Inciter ses collaborateurs à trouver et donner leurs idées grâce à une animation adaptée et des techniques d'exploration d'idées adaptées.

4 - Etre un dirigeant de l'innovation

- Organisation des 4 étapes de la créativité dans sa culture d'entreprise.
- Favoriser ses collaborateurs à entrer en contact avec les experts internes et externes.
- Aider son encadrement à rendre leurs collaborateurs créatifs.



Les participants repartent avec :

- une identification claire des freins à l'innovation en œuvre dans leur organisation qui sont liés à leur culture d'entreprise.
- Déployer la créativité pour éviter l'innovation « événement » qui reste sans lendemain.
- Une réflexion sur les moyens permettant de créer une organisation agile ouverte à la curiosité et à la créativité.
- Une nouvelle à identifier et sélectionner les opportunités d'innovation.
- Un plan d'action pour utiliser la créativité pour vous différencier de vos concurrents, devenir plus attractif, et développer votre compétitivité.



2 - Identifier le génome de l'innovation

L'innovation n'est ni événement sans suite, ni le sujet d'un service spécialisé : elle est l'affaire de tous. Pour cela, la volonté d'inventer doit être traduite en éléments tangibles et utilisables par tous. Elle doit imprégner la culture, les processus et le style de management et se construire sur la capacité de l'entreprise pour sortir des clichés habituels afin de trouver leur prochaine offre.

Programme

1 – «Trendabilité»

- Identifier les tendances... une matière première comme une autre
- Classer et mixer les tendances pour les utiliser concrètement
- De la captation à l'assimilation : Le process de trendabilité

2 – Ingrédient secret et surprise client

- Identifier, valoriser ou inventer votre « ingrédient secret » lié à votre ADN
- Comment créer une différenciation concurrentielle difficilement copiable
- La surprise client : la relation client du 21e siècle (Lego, pixar)

3 – Talent, Culture et Leadership

- L'innovation commence avec le recrutement et des pratiques RH innovantes
- Enlever les obstacles à la créativité et créer une culture de l'innovation
- Rendre vos managers responsables de l'innovation

4 – Produits, services et solutions

- Passer du modèle des 3P au modèle SAVE (du produit à la solution) selon des principes de la fonctionnalité
- Trouver les surprises apportées par vos produits/services
- Construire une offre en tenant compte de "l'Océan bleu"



Les participants repartent avec :

- Le diagramme de leur génome de l'innovation en 9 points
- Une nouvelle capacité pour identifier des opportunités d'amélioration et d'innovation.
- Une liste de tendances classées en fonction de leur effet disruptif
- Une première réflexion sur une stratégie d'innovation à mettre en place dans leur organisation
- La méthode pour dépasser l'innovation incrémentale / amélioration continue pour innover en terme de solution et business modèle
- La preuve qu'une culture de l'innovation est applicable à toute taille d'entreprise.

3 - Maximiser et manager la créativité de son équipe

Plus stratégique que la formation pour développer la créativité de son équipe et première étape d'une volonté de changement pour une culture de l'innovation cette formation s'adresse aux dirigeants qui souhaitent faire le point sur le potentiel d'innovation de leur style de management.

Programme

1 - Créativité et création

- Comprendre l'importance de la créativité et son lien avec l'innovation
- Diagnostic personnel de ses capacités créatives de résolution de problèmes
- Diagnostic organisationnel du potentiel d'innovation de son organisation et de sa culture d'entreprise

2 - Créativité et organisation

- Formuler les problèmes chercher des solutions efficaces et réalistes
- Identifier les freins organisationnels à l'innovation (culture, temps, confiance...)
- Lever les obstacles organisationnels empêchant la créativité (éducation, peur...)

3 - Tous managers de l'innovation

- Organisation des étapes de la créativité (Inspiration, inception, idéation et Induction).
- Aider ses collaborateurs à entrer en contact avec les experts internes/externes.
- Techniques d'exploration d'idées plus rapides et efficaces que le Brainstorming.

4 - Stratégie d'innovation

- Aider ses collaborateurs à explorer de nouvelles idées et les exprimer sans les critiquer
- Sélectionner les idées à concrétiser et apprendre à les présenter pour les vendre en interne.
- Accroître jour après jour la motivation individuelle et collective à innover avec une "Communauté d'innovation".



Les participants repartent avec :

- La démonstration que la créativité n'est pas 'magique' mais issue d'un processus qu'il est important de maîtriser.
- Le diagnostic de freins à l'innovation qui dépend d'eux
- Les clés pour enlever les freins à l'innovation en terme de management, culture et processus.
- Des méthodes pour responsabiliser son encadrement à l'innovation pour éviter la créativité ou l'innovation « événement » qui reste sans lendemain.
- Une « Road-map » pour rendre l'innovation « permanente » dans l'organisation
- Une liste de méthodes de créativité réutilisables



4 - Innovation et Design Thinking

L'innovation redoit de répondre au mieux aux besoins des clients. C'est dans ce cadre qu'est né, il y a une trentaine d'années, le Design Thinking : une approche éprouvée qui intègre la créativité, l'empathie client et la collaboration

Programme

1 - La logique du Design Thinking

- Introduction, principes et exemples de la pensée design
- Etudes de cas de Design de Service et de Design Emotionnel.
- Exploration et Insights : Utilisation d'un jeu de carte de Design et exemples

2 - Utiliser le Design Thinking pour comprendre ses clients

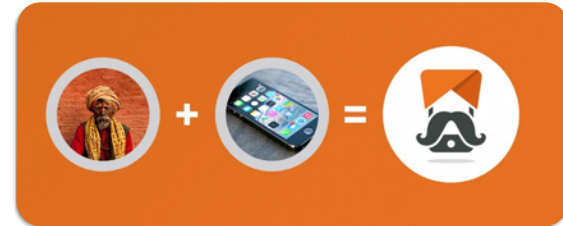
- Observer et s'immerger pour gagner de l'empathie
- Comprendre les préférences de ses clients
- Définir la bonne question de recherche

3 - Utiliser le Design Thinking pour catalyser l'innovation

- Idéation, Co-Création et prototypage
- Produits/services et business model : outils et exemples
- Création des fiches décrivant des concepts de produits/services

4 - Design et formalisation, principes et outils

- Présentation des principes et outils de design et formalisation
- Design des concepts, formalisation, storytelling
- Mise en application de l'évaluation et boucles d'évolution



Les participants repartent avec :

- Les outils et méthodes de Design Thinking pour stimuler la capacité créative de ses équipes.
- Des méthodes pour observer et s'immerger pour gagner de l'empathie
- Une structure pour développer une compréhension profonde des attentes clients
- Une méthode pour comprendre comment réduire le risque et accélérer l'apprentissage par le prototypage d'une idée
- Une nouvelle approche de l'innovation qui ne s'arrête pas à la croissance incrémentale
- Des stratégies et des outils pour renforcer la quête d'innovation dans leur structure
- Un plan d'action à mettre en place immédiatement les techniques de design Thinking



5 - Instiller la sérendipité comme source d'innovation

Encore trop présentée comme du hasard ou de la chance de l'inventeur, la sérendipité a depuis fait l'objet de nombreuses recherches et peut être développée en entreprise. Préparez vous un l'impréparable pour devenir une entreprise « chanceuse » et imprévisible.

Programme

1 - La Sérendipité ou « créativité de la chance »

- Les 4 types de Sérendipité appliqués à votre contexte
- Diagnostic des capacités individuelles qui permettent les découvertes surprises : humilité, collaboration, curiosité, ambition, confiance en soit et courage.

2 - Rechercher la provocation

- Manager pour provoquer et inciter ses collaborateurs à proposer des idées
- Diagnostic de la possibilité d'être imprévisible dans votre organisation

3 - Créer des espaces de sérendipité

- Techniques d'exploration d'idées autres que le Brainstorming
- Organiser l'espace de travail pour obtenir des idées surprenantes

4 - Les ressorts de la Sérendipité

- Reconnaître et explorer des voies divergentes
- Créer une expérience de travail et de management autorisant la surpris
- Créer une organisation « perméable » au monde extérieur et aux idées étranges

5 - Vendre des idées que personne n'a (encore) demandées

- Organiser les étapes de la créativité (Inspiration, inception, idéation et Induction).
- Favoriser ses collaborateurs à entrer en contact avec les experts internes et externes.
- Aider son encadrement à rendre leurs collaborateurs créatifs.



Les participants repartent avec :

- Les outils pour Identifier les protagonistes iconoclastes et visionnaires
- La compréhension des ressorts les plus surprenants de la créativité
- Plusieurs expérimentations les amenant à trouver des choses imprévus
- Des bonnes pratiques leur permettant, à titre personnel de développer leur "capital chance »
- Un processus logique apportant le chaos nécessaire à l'émergence d'idées disruptives

6 - Leapfrogging : l'innovation au service de la surprise client

Utilisez les principes de la disruption pour les appliquer au domaine commercial. Il ne s'agit plus seulement de répondre à une demande énoncée par ses clients, ni même de chercher à devancer leurs attentes mais de les enchanter, les surprendre en proposant des offres qui dépassent tout ce qu'ils auraient pu imaginer.

Programme

1 – Le pouvoir de la surprise

- Exemples de surprises de Lego, Pixar, Zappos, etc.
- Identifier vos surprises professionnelles et leurs effets
- Apprendre à se surprendre soi-même pour mieux surprendre les autres

2 – Explorer les surprises possibles

- Partir de ses valeurs et de sa culture
- Trouver des surprises à partir de l'océan bleu, de ses erreurs et échecs, des exercices de créativité
- Les exercices de créativité d'exploration et de sélection d'idées appliqués au secteur commercial pour trouver les surprises possibles (ex : Matrice crédibilité/disruption)

3 – Faire émerger et récolter les idées

- De la boîte à idée à la "place de marché des idées" pour créer une "Communauté d'innovation"
- Techniques d'exploration d'idées autres que le Brainstorming.
- Outils et démarches d'incitation de ses collaborateurs à trouver et donner leurs idées

4 – Appliquer la surprise à son entreprise

- Le cycle de la surprise
- Identifier et diffuser le retour client de votre « effet de surprise » (exemples de l'utilisation des réseaux sociaux)
- Intégrer la surprise dans sa culture d'entreprise



Les participants repartent avec :

- Une méthode pour repenser votre offre en ayant le plus de valeur et d'effet de surprise pour vos clients
- Des exemples de surprises et leur impact sur le résultat et l'image de ceux qui les ont mis en place
- Des pistes de réflexion personnalisées pour appliquer les méthodes de Leapfrogging
- Des stratégies et des outils pour renforcer la quête d'innovation dans leur structure



7 - Retrouver l'esprit pionnier ou startup spirit

Une Startup est une entreprise qui cherche son modèle d'affaires et qui dispose d'une agilité hors pair... bref, sans doute comme votre entreprise à ses débuts. Cette journée vous propose de repenser votre organisation et modes de management comme si vous étiez une startup.

Programme

1 – Sommes-nous une Start-up?

- Autodiagnostic sur les dimensions distinguant une Start-up : Exploration, Focus, radicalité, intensité, Hackabilité, Collaboration, ,...
- Exemples de fonctionnement de start-up sous l'angle processus, organisation et hiérarchie.
- Exercice de Storytelling : « si nous étions une start-up...»

2 – L'organisation Agile

- Repenser le management en ayant à cœur la quête de Business (Model)
- La gamification des rôles et des postes de travail
- Retrouver une culture de l'initiative, du risque et de la vitesse

3 – Le lean startup

- Principes de base du Lean Startup et du Lean Canvas comme le MVP et pivot
- Identifier les principaux risques avant de tester son plan
- Du Storytelling au Bullshit

4 – Favoriser l'intrapreneuriat

- Repenser la convivialité et l'ambiance pour inciter ses collaborateurs à trouver et partager leurs idées
- Repenser la place des RH et les modes de recrutement

5 - Etre un dirigeant de Start-up

- Transformer votre entreprise et votre offre de travail.
- Aider son encadrement à rendre leurs collaborateurs créatifs
- S'interroger sur ses pratiques anciennes pour s'affranchir des conventions



Les participants repartent avec :

- Les outils pour créer une organisation agile et collaborative ouverte à la curiosité et à la créativité.
- Une attention pour accélérer la vitesse de partage de l'information.
- Une meilleure compréhension sur la place de la reconnaissance, de confiance et du courage dans sa culture d'entreprise
- Une nouvelle dynamique pour aider ses collaborateurs à dépasser les défis de l'intrapreneuriat
- Une roadmap pour faire évoluer leur culture d'entreprises et valeurs.



8 - Disruption et innovation radicale

Peut-être que disruption est devenu un mot valise comme innovation ou Startup pourtant, ce type d'innovation peut non seulement permettre de réveiller l'engagement de vos collaborateurs mais donner l'opportunité d'une redéfinition de votre modèle d'affaire.

Programme

1 - Les 4 sources d'innovation et le choix stratégique que chacune représente

- Continue ou incrémentale : Fonctionnalité, coût, expansion
- Adjacente : Pollinisation (Dehors>Dedans), nouveau marché (Dedans>Dehors)
- Disruptive : Repenser son business model en faisant SIMPLE !
- Radicale (ou Breakthrough) : Surprendre le client avec une offre audacieuse

2 - Oser l'idée radicale, pourquoi est-il difficile d'avoir des idées différentes

- Notre cerveau, raccourci et conditionnement : Neurosciences
- La peur de l'échec ou du ridicule : iconoclaste et "prix Ratatouille"
- Les succès qui nous aveugle : Exemples d'entreprises
- Notre éducation, valeurs et statut : Remettre en cause la pression sociale

3 - Générer des idées radicales

- Utiliser la pensée latérale pour trouver des chemins à explorer
- Faire des connexions inattendues grâce à la chasse aux clichés de vos concurrents
- Pousser l'idée dans ses limites avec le canvas «Pink ocean»

4 - Exécuter l'idée radicale

- Se demander pourquoi les idées radicales dépassent rarement la machine à café en identifiant les freins organisationnels, humains et managériaux
- L'approche Startup de l'innovation : une idée / pivot / lean startup



Les participants repartent avec :

- En connaissant le type d'innovation le mieux adapté à leur profil créatif.
- Les moyens de détecter la peur de sortir de sa zone de confort
- Des idées radicales liées à leur activité.
- Une liste d'outils et de méthodes innovantes testées lors de la journée
- Un processus de détection radicale transférable
- Une roadmap pour faire évoluer leur culture d'entreprises et valeurs



9 - Repenser son Business Model en s'inspirant des Startups

C'est le moment ou jamais de repenser votre Business model en identifiant ceux qui pourraient vous menacer avant qu'ils ne soient mise en oeuvre réellement par des concurrents motivés. Notre approche se base sur une approche disruptive qui intègre un ensemble de cartes représentant les 50 modèles d'affaires les plus «dangereux».

Programme

1 - (R)évolution culturelle

- Présentation des grands mouvements sociétaux et technologiques ayant un effet sur votre façon de vendre, louer ou prêter
- Présentation des 3 piliers de la Digitalisation : Marché, client et Organisation
- Atelier sur les points communs de tous les business model dits «Disruptifs» : simplicité, facilité...

2 - La montée des Barbares...et des bisounours

- De (A)irbnb à (Z)appos, qui sont les barbares et quels ont leurs manières d'agir ?
- La montée des modèles d'affaires sociaux des Startup «Bisounours»
- Comprendre l'esprit startup en 5 dimensions (Radicalité, Concentration, ...)
- Développer des relations fructueuses avec des Start-up

3 - Trouver une idée Disruptive pour établir son business model

- Utiliser la pensée latérale pour trouver de nouveaux chemins à explorer
- Faire des connexions inattendues grâce à la chasse aux clichés de vos concurrents
- Pousser l'idée dans ses limites avec le canvas «Pink ocean»

4 - Mettre en action son business model Disruptif

- Les 10 stratégies pour répondre à un business model concurrent disruptif
- Utiliser le Business Model Canvas pour créer une représentation graphique de votre Business Model
- Créer un plan d'action devant vous mener de votre BM actuel à votre BM disruptif



Les participants repartent avec :

- Une boîte de 50 cartes représentant les 50 business model disruptifs les plus répandus
- La liste des stratégies de réponse à l'attaque d'un concurrent disruptif
- Des idées travaillées de business models à mettre en place rapidement.
- La traduction graphique de leur idée en Business Model Canvas
- Une méthode de création de Business Model réutilisable avec leur équipe



TARIFS (NOUS CONTACTER)

Inter-entreprise

Par groupe de 4 personnes minimum dans nos locaux de Paris
Rue de Nansouty 75014 ou rue de Rivoli 75001

Notre prix comprend :

- Formation en groupe (de 4 à 12 personnes)
- Animation par un formateur habilité
- Pausés du matin et de l'après-midi
- Validation des objectifs et contextualisation
- Documentation numérique
- Evaluation dématérialisée

En option :

- Impression et envoi de la documentation
- Ingénierie complémentaire (spécificités, cas pratiques...)
- Modules e-Learning / vidéo
- Mesure d'impact réalisée par le formateur avec les participants
- Repas



Intra-entreprise

Formations Intra-Entreprises sur demande et sur-mesure à la date de votre choix, au sein de votre établissement, pour plusieurs de vos collaborateurs.

Conférences et ateliers

Chaque formation peut aussi être présentée en conférence interactive d'1h30 ou en atelier d'une demi-journée.

Les animateurs

Benjamin Chaminade
L'entrepreneur



Benjamin est un expert international Franco-Australien.

Benjamin est l'auteur de plusieurs ouvrages sur le Management des RH.

Son expérience de dirigeant en France et à l'étranger lui permet d'observer les transformations en cours et d'expérimenter de nouvelles solutions. Il est ainsi le premier à avoir parlé de Gestion des talents, d'employeur de référence et de génération Y en Europe. Sujets repris depuis par la presse et le conseil.

A 28 ans il publie le premier ouvrage en français posant les bases de la définition du talent et de la fidélisation. En 2005, son ouvrage "RH dans une démarche qualité" est nommé meilleur ouvrage Qualité et Management.

A 30 ans il crée InsideHR, une agence conseil RH, basée à Sydney et présente dans 4 pays. lui permettant de formuler une approche de management à distance et poser les bases de l'innovation managériale et de l'engagement qu'il publiera aux éditions Dunod sous le titre "Wanagement, le management à contre courant".

Francis Boyer
Le DRH



Francis est spécialiste en management des relations humaines.

Son expérience opérationnelle de 20 années à des fonctions de direction en ressources humaines au sein d'entreprises variées lui a permis de vivre et de piloter de nombreux changements dans des environnements complexes.

Consultant, formateur, coach et auteur de nombreux articles, il accompagne les entreprises dans la compréhension des évolutions sociétales, l'analyse des impacts sur leurs modes de management et la recherche de solutions adaptées.

Curieux et pragmatique, il développe des approches innovantes centrées sur les nouveaux défis à relever par les entreprises, notamment en matière d'individualisation, de responsabilisation, de cohésion et de flexibilité.

C'est ainsi qu'il intervient sur des problématiques récentes, telles que le management de la diversité (cultures, générations, personnalités), le bien-être et le plaisir au travail et la nouvelle posture managériale.



info@trendemic.net
+33 1 77 10 95 93