



*La formation professionnelle est le processus d'apprentissage qui permet à un individu d'acquérir le savoir et les savoir-faire nécessaires à l'exercice d'un métier ou d'une activité professionnelle.*

# formez-vous !

COMMUNICATION - MARKETING - MANAGEMENT - DEVELOPPEMENT PERSONNEL





## Votre formateur

### Cyril Toutain - Originis, Agence Conseil en Communication

#### Expérience professionnelle

- PSA Peugeot Citroën : 9 ans d'expérience en tant que Chargé de Communication et Rédacteur en Chef pour le Centre de Recherche Automobiles des marques Peugeot et Citroën.
- Agences Conseil en Communication : 5 ans d'expérience dans différentes agences comme le Groupe dBG, l'Agence Initiales, H2A et le Groupe Téléperformance (ex Rochefortaise).

#### Originis et vous : engagement et plaisir

Originis est une agence de conseil en communication fondée en octobre 2005. Elle est spécialisée dans l'externalisation des activités de communication, de publicité et de formation pour les entreprises et les collectivités.

**Engagement et plaisir** cela veut dire une vraie disponibilité d'Originis, la créativité partagée entre Originis et vous. La satisfaction de réaliser des contenus et des médias de qualité, d'accorder une place importante à la qualité des relations et être original, surprenant et intéressant pour vendre vos produits, vos services, votre marque.

Cet engagement et ce plaisir se traduisent par un engagement fort à vos côtés pour vous assurer un rôle de Conseil. Originis est à l'écoute de vos problématiques pour vous apporter des solutions spécifiques, technologiques, innovantes et durables tout en vous assurant une qualité maximale pour un coût juste et dans les meilleurs délais.

#### L'équipe d'Originis

- Un consultant
- Une chargée de projet
- Une graphiste

#### **Mais ça veut dire quoi Originis ?**

*Originis : Mot latin signifiant Origine. 1. Commencement de l'existence de quelque chose : naissance, début. 2. Ce qui provoque l'apparition de quelque chose : source, cause. 3. Milieu d'où quelqu'un est issu. 4. Temps, lieu, milieu d'où est issu quelque chose : provenance.*

## Originis

Le Quart des Près 03320 Lurcy-Lévis  
Tél. 04 70 67 89 06 - Mob. 06 75 39 17 37  
originis.fr

---



### Thématiques des formations

#### Communication des entreprises et des collectivités

- Le poste de chargé de communication
- Concevoir un plan de communication
- Communication internet : plus d'efficacité

#### Relation Presse et Techniques rédactionnelles

- Gérez efficacement vos relations presse
- Réussissez vos publications d'entreprise
- Les techniques rédactionnelles
- Titres et accroches : capter l'attention du lecteur

#### Management et Qualité :

- La mise en place des 5S

#### Développement personnel

- Réussir sa prise de parole en public
- Conduire une réunion
- Concevoir une présentation PowerPoint
- Maîtriser son temps et ne plus le subir
- Savoir gérer son stress

### Lieux des formations

Paris • Clermont-Ferrand • Le Puy en Velay • Moulins • Montluçon • Limoges • Dijon • Amiens •  
Châteauroux • Nevers • **Chez vous !**

### Ils ont changé leur COM avec Originis

PSA Peugeot Citroën • Caisse des Dépôts et Consignations • Toyota Entreprise • Le Conseil Général de la Nièvre • Cartouches Sauvestre • Look Cycles International • Les Bénédictines de Chantelle • Communauté de Communes du Pays Neslois • Adimac • Macéo • Groupe Saunier Duval-Vaillant • Groupement National des Photographes Professionnels • Développement des Ports Intérieurs de Haute Picardie • Davi Interactive • TOP'O2 • SMITOM du Santerre • Fibre Active agence de développement économique de la Nièvre • Chambre de Commerce et d'Industrie de Péronne • Groupe HLC • Communauté de Communes de la Haute Somme • Chambre d'Industrie et de Commerce de Nevers • Chambre de Commerce et d'Industrie de Montluçon-Gannat • Erasteel groupe Eramet • SOMEPIC Technologie... **vous !**

### Ils étudient la COM avec Originis

#### Chargé d'enseignement

• Université Blaise Pascal : UFR STAPS : Management du Sport Master 1 et Master 2 • Université d'Auvergne Clermont 1 : Science Réseau Communication / DUT et Licence • Groupe ESC Clermont-Ferrand : Manager Commercial • Groupe ESC Montluçon : Académie Commerciale International Bachelors • ESUP Rennes : Stratégie de Communication - Master • Chambre de Commerce et d'Industrie du Cher (18) • Chambre de Commerce et d'Industrie de Péronne (80) • Chambre de Commerce et d'Industrie de la Nièvre (58) • Chambre de Commerce et d'Industrie de Montluçon Gannat (03) • Chambre de Commerce et d'Industrie de Côte d'Or (21) • Chambre de Commerce et d'Industrie de l'Indre (36).

## Le métier de Chargé de Communication

Objectif pédagogique : Acquérir des méthodes pour participer à l'élaboration et suivre efficacement le plan de communication

### Participer à l'optimisation de la politique de communication :

Rôle, mission et compétences de l'assistant(e) de communication

Définir la place de l'assistante de « Com »

Comprendre les principales étapes de la politique de communication

### Mieux comprendre son environnement pour mieux communiquer

Identifier la culture de l'entreprise, ses produits, son public, ses cibles ainsi que son environnement concurrentiel

Réaliser un état des lieux des actions et outils de communication réalisés ou en cours de réalisation

### Appréhender les outils de la communication interne de l'entreprise

Les objectifs de la communication interne

Les outils de la communication interne : communication orale, écrite,

### Participer concrètement à la définition de la stratégie

Faire un diagnostic de la stratégie de communication de l'entreprise

Définir des objectifs de communication et les cibles

### Etude des médias et des hors médias : outils de communication Interne et externe

Avantage et inconvénients des médias

Avantage et inconvénients des hors médias

Comment faire un bon mix média

### Piloter le plan d'action et le faire vivre

Piloter le plan de communication et gérer le budget communication

Elaborer un plan de communication

Hiérarchiser, coordonner et planifier les actions

Assurer le suivi budgétaire et évaluer les retombées

*Cas pratique : élaboration d'un plan de communication*

*A partir d'un cas concret, analyse des données individuellement ou en groupe, élaboration de solutions*

**De 3 à 8 stagiaires**  
**Possibilité en individuel\***

**Durée : 2 jours / possible sur 3 jours**

**Prix pour 2 journées : 560 €\*\*/ personne**  
**Prix pour 3 journées : 600 €\*\* / personne**

\* Nous consulter pour un devis.

\*\* hors frais de repas et de réservation de salle sous certaines conditions.

## Concevoir un plan de Communication

Objectifs pédagogiques : Concevez vos plans de communication à court et à long terme. Justifiez vos choix stratégiques et votre budget

### Préparer ses plans de communication

Etablir un diagnostic et la stratégie

Introduction : les étapes de construction d'un plan de communication et les différents types de plans

Identifier les différents types de plans

Comprendre le rôle de la planification

Les étapes successives de la construction d'un plan de communication

### Etablir un diagnostic de communication

la méthode d'analyse croisée

Image voulue : les composantes de l'image

Image possible : forces et faiblesses de l'entreprise (SWOT)...

Image projetée : audit des actions de communication

Image perçue : analyse des sondages et études

### Définir la stratégie de communication

De la stratégie de l'entreprise aux objectifs de communication

Formuler des objectifs mesurables

Prendre en compte les objectifs des autres fonctions

### Construire le plan en adéquation avec vos cibles

Déterminer, hiérarchiser et caractériser les cibles à viser

Définir le positionnement de l'image voulue et les messages

### Passer au mix-communication, présenter le plan, le faire adopter et le piloter

Comment choisir et optimiser les moyens d'action possibles ?

Selon quels critères retenir un outil de communication ?

Organiser le mix-communication

### Planifier et budgéter les actions de communication

Etablir le calendrier des actions et définir les responsabilités

Comment choisir ses prestataires extérieurs ?

Etablir le budget

### Faire accepter le plan et le budget par la direction générale

Justifier les options présentées et les moyens nécessaires

Maîtriser les techniques de communication pour faire du plan de communication un outil de progrès et de négociation

Utiliser le plan comme une feuille de route pour en assurer le suivi et la progression

### Evaluer et mesurer les résultats

Maîtriser les méthodes pour évaluer et mesurer les résultats : baromètres internes, études d'image...

**De 3 à 8 stagiaires**  
**Possibilité en individuel\***

**Durée : 2 jours / possible sur 3 jours**

**Prix pour 2 journées : 560 €\*\*/ personne**  
**Prix pour 3 journées : 600 €\*\* / personne**

\* Nous consulter pour un devis.

\*\* hors frais de repas et de réservation de salle sous certaines conditions.

## Communication interne : plus d'efficacité

Objectifs pédagogiques : Concevoir une stratégie et un plan de communication interne optimal en fonction de son budget. Développer la performance de ses supports de communication interne. Piloter et évaluer son activité au quotidien.

### Concevoir une stratégie et un plan de communication efficaces, les étapes clés :

Définir une stratégie pour votre communication interne ?  
Définir ses objectifs  
Définir une stratégie spécifique à chaque cible de l'entreprise  
Impliquer les managers dans la communication interne

### Elaborer un plan de communication interne efficace :

Hiérarchiser les objectifs : faire connaître, faire comprendre, faire adhérer  
Croiser ses objectifs avec les contraintes de l'entreprise  
Elaborer un plan de communication interne  
Elaborer la stratégie média  
Organiser et animer un réseau de correspondants

### Evaluer ses actions de communication interne :

Mesurer l'efficacité de sa stratégie et de ses actions de communication interne  
Mettre en œuvre une évaluation quantitative et qualitative : nombre d'opérations lancées, nombre de journaux réalisés...  
Mesurer le retour sur investissement de vos actions

### Le journal, le bulletin d'information :

La création ou la refonte d'un journal interne  
Comment redéfinir les objectifs et analyser l'existant ?  
Comment accompagner la naissance d'une nouvelle création ?

### Mener et exploiter une enquête d'opinion interne :

Quelle est la démarche à adopter : les étapes clés  
Quels enseignements tirer des résultats de l'enquête et mettre en place un plan d'actions  
Comment « vendre » votre enquête d'opinion interne à la direction, au personnel et aux syndicats

### Crise sociale et communication interne : les enjeux :

La crise  
L'opinion publique et les médias face à la crise  
Les principes de communication internes et externes en situation de crise sociale  
Gérer les rumeurs et les tensions internes

**De 3 à 8 stagiaires**  
**Possibilité en individuel\***

**Durée : 2 jours / possible sur 3 jours**

**Prix pour 2 journées : 560 €\*\*/ personne**  
**Prix pour 3 journées : 600 €\*\* / personne**

*\* Nous consulter pour un devis.*

*\*\* hors frais de repas et de réservation de salle sous certaines conditions.*

## Mailing, e-mailing : augmenter l'impact des campagnes

Objectifs pédagogiques : Concevoir une stratégie et un plan de communication interne optimal en fonction de son budget. Développer la performance de ses supports de communication interne. Piloter et évaluer son activité au quotidien.

### Mailing et e-mailing : préparer l'opération

Définir les objectifs du mailing, son contenu principal  
Définir l'offre incitative  
Définir la cible visée.  
Le cas du mailing B to B  
Prévoir la logistique du mailing : frais postaux, contraintes techniques, rétroplanning...  
Choisir un fichier : louer un fichier ?  
Qualifier un fichier

### Le mailing et e-mailing : rédiger le message

Principes de base : la méthode des 5 C, le dialogue de lecture.  
Optimiser sa lettre : 7 clés pour susciter l'intérêt, favoriser la lecture du mailing ou du e-mailing et inciter à l'action.  
Bonnes pratiques du mailing ou du e-mailing : mise en page, accroches, choix des mots/arguments, signature.  
Le cas e-mailing : comment intéresser son lecteur rapidement

### Le Mailing

L'enveloppe porteuse : les facteurs clés de succès.  
Le dépliant : les 10 erreurs à éviter et les 7 points clés à retenir.  
Le bulletin-réponse : favoriser le retour.  
L'enveloppe retour : faciliter la réponse du client.

### Le mailings dans une campagne multicanal

Les bonnes questions à se poser pour rendre efficace la campagne et les mailings et e-mailings.  
Gérer la complémentarité du mailing et du e-mailing avec les autres médias ; e-mail, téléphone, web...  
Éviter les redondances : choix des messages, choix des cibles, effet de répétition.

### Le Mailing : le retour sur investissement

Le budget mailing et e-mailing : coûts fixes, coûts variables, suivi budgétaire.  
Le ROI du mailing et du e-mailing : mesure des écarts, le point mort.  
Mesurer l'efficacité du mailing et du e-mailing : le tableau de bord.

**De 3 à 8 stagiaires**  
**Possibilité en individuel\***

**Durée : 2 jours / possible sur 3 jours**

**Prix pour 2 journées : 560 €\*\*/ personne**  
**Prix pour 3 journées : 600 €\*\* / personne**

*\* Nous consulter pour un devis.*

*\*\* hors frais de repas et de réservation de salle sous certaines conditions.*

## Gérez efficacement vos relations presse

Objectifs pédagogiques : Maîtriser les différents vecteurs de communication auprès des journalistes. Evaluer ses retombées presse et ajuster sa stratégie

### Maîtriser les fondamentaux des relations presse :

Comprendre le rôle des relations presse dans la chaîne de communication

Analyse comparative de la communication publicitaire et institutionnelle

En quoi les relations presse apportent-elles une forte valeur ajoutée ?

### Maîtriser les particularités des différents supports et types de presse :

Panorama des différentes catégories de presse écrite

Les différents modes de fonctionnement de la presse et des journalistes

### Gérer efficacement les relations presse :

Identifier les erreurs à éviter dans vos communiqués

Quelles sont les actions préventives à adopter et les règles à observer

### Définir une stratégie de relations presse : méthode et objectifs

Intégrer les relations presse dans la stratégie globale de communication

Les critères à prendre en compte

Organiser les relations presse en fonction d'un ciblage rigoureux et précis

Construire un plan d'action adapté

### Réaliser un communiqué de presse et un dossier de presse attractif :

La structure du communiqué

Constituer un dossier de presse, sa structure

Constituer un dossier thématique

### Constituer et gérer un fichier presse efficace

Construire un fichier complet et fiable

### Les relations presse en interne : comment les valoriser et les exploiter utilement :

Exploiter la revue de presse

Sensibiliser ses collaborateurs

**De 3 à 8 stagiaires**  
**Possibilité en individuel\***

**Durée : 2 jours / possible sur 3 jours**

**Prix pour 2 journées : 590 €\*\*/ personne**  
**Prix pour 3 journées : 640 €\*\* / personne**

\* Nous consulter pour un devis.

\*\* hors frais de repas et de réservation de salle sous certaines conditions.

## Réussissez vos publications d'entreprise

Objectifs pédagogiques : Décider de créer une revue d'entreprise. Cerner les fonctions d'une publication d'entreprise : journal interne, journal client, consumer magazine, newsletters...

### Les grandes rubriques d'un journal :

Concevoir ou améliorer une formule éditoriale.

Connaître la structure juridique et administrative, les responsabilités et précautions à prendre.

### Constituer une équipe de rédaction :

Le comité de rédaction, son rôle, sa constitution.

Les correspondants et les journalistes.

Position et fonctions du rédacteur en chef.

Les questions que doit se poser le comité de rédaction.

### Utiliser les différentes formes de rédaction et rédiger :

L'éditorial, l'interview, l'enquête, les échos, les brèves, le reportage, le dossier, le billet...

Les bases de l'écriture journalistique.

Relecture de la copie et, éventuellement, rewriting.

### Habiller et mettre en scène le papier :

Têtière, sous-titre, le streamer, la manchette, les intertitres, le sommaire, le chapeau, les encadrés, les notes, le choix des illustrations, photos, dessins, graphiques et leurs légendes.

### Maquette et charte graphique :

Préparer et présenter les textes.

Cotation, calibrage. L'utilisation rationnelle de la typographie.

Le colonage, la grille de mise en pages.

### Réaliser le journal d'entreprise :

La chaîne graphique : L'offset, la photogravure, la photocomposition, la PAO, le flashage.

### Analyse des journaux d'entreprise des participants :

La ligne éditoriale.

Les aspects rédactionnels.

La maquette.

**De 3 à 8 stagiaires**  
**Possibilité en individuel\***

**Durée : 2 jours / possible sur 3 jours**

**Prix pour 2 journées : 590 €\*\*/ personne**  
**Prix pour 3 journées : 640 €\*\* / personne**

\* Nous consulter pour un devis.

\*\* hors frais de repas et de réservation de salle sous certaines conditions.

## Les Techniques rédactionnelles

Objectifs pédagogiques : Maîtriser les techniques rédactionnelles informatives. Ecrire pour être lu, écrire pour son lecteur

### Ecrire pour être lu :

Passer de la logique consulaire à la logique informative  
Faire œuvre pédagogique: donner les clés pour comprendre  
Penser pratique (quel service rendu aux lecteurs)

### Ecrire pour son lecteur :

Il est demandé au participant quel type de document il produit (ou fait produire), quelles sont ses difficultés, quels sont ses attentes et besoins par rapport à ces trois jours de formation.

### Typologie des écrits :

Les différents supports du participant (lettre et compte-rendu, note de synthèse et note administrative, rapport et note d'informations, journal interne et/.ou externe).  
Autodiagnostic : vocabulaire utilisé, rythme des phrases, plan et mise en page.

### Dans la peau du lecteur :

Temps de lecture, niveaux de lecture, loi de proximité.  
Distinguer l'essentiel du superflu  
Comment hiérarchiser l'info et la mettre en forme.  
Lier l'info  
Les bons plans et les mauvais plans.

### Savoir donner une consigne :

Comment formuler clairement ce que l'on attend  
Mettre en valeur un article  
Un titre et un chapô s'il vous plait  
Une procédure de vérification pour celui qui écrit, un critère de choix pour le lecteur.  
Le rôle de l'image  
Légèder et créditer une photo ou une infographie

### A vous de jouer :

Cachez-moi ce jargon  
Vocabulaire, structure de phrase, les chiffres, les sigles.  
Ecrire dense  
Redondances et barbarismes.  
Exercices de réécriture sur des formats différents  
Travaux pratiques à partir des productions déjà parues et/ou à paraître.

**De 3 à 8 stagiaires**  
**Possibilité en individuel\***

**Durée : 2 jours / possible sur 3 jours**

**Prix pour 2 journées : 590 €\*\*/ personne**  
**Prix pour 3 journées : 640 €\*\* / personne**

\* Nous consulter pour un devis.

\*\* hors frais de repas et de réservation de salle sous certaines conditions.

## Titres et accroches : capter l'attention du lecteur

Objectifs pédagogiques : Trouver le mot juste pour attirer l'attention du lecteur. Diversifier ses accroches pour captiver son lectorat. Stimuler sa créativité pour trouver rapidement des titres originaux

### Les règles de lecture : quelques bases scientifiques :

Où se posent les yeux de votre lecteur en premier ?  
Comment parcourt-il l'article ou la page ?  
Comment le cerveau analyse-t-il ce que les yeux perçoivent ?

### Comprendre les règles qui régissent les choix de lecture :

Les « lois de proximité », la notion de « centre d'intérêt » et la notion d'angle  
Le message essentiel : est-il complet ? est-il correctement mis en valeur ?  
L'importance de la mise en page et des choix typographiques

### Choisir le mot juste pour attirer, retenir et informer :

Déterminer les fonctions essentielles de l'accroche  
Définir les différents types d'accroche : informatives, incitatives...  
Travailler son vocabulaire pour s'adapter à son lecteur  
Faire la chasse aux pléonasmes, aux contresens, aux clichés et au jargon !

### Quel habillage pour séduire votre lecteur ? :

La titraille : attirez et conservez votre lecteur !  
Le titre : incitatif ou informatif ? humoristique ou elliptique ?  
Le sous titre : quelle fonction pour l'auxiliaire du titre ?  
La « baseline » : une deuxième chance pour votre écrit  
Le chapô : la « bande-annonce » de votre article  
L'intertitre : nouvelle porte d'entrée dans l'article...

### L'attaque de l'article : tenez vos promesses ! :

Une entrée en matière capable de « ferrer » le lecteur et tenir les promesses de la tiraille  
Présentation des différents types d'attaques  
Soigner la chute de l'article

### Les images : accrochez par l'illustration ! :

Choisir les photos ou infographies en évitant l'illustration redondante  
Ajouter une légende pour préciser l'image  
Le rapport texte-image : une alchimie délicate...

### Séance de créativité d'écriture

A partir de leurs propres écrits, les participants seront invités à (re)travailler leurs accroches, en prenant garde à choisir le bon mot, cadencer leurs phrases et bien organiser leurs idées.

**De 3 à 8 stagiaires**  
**Possibilité en individuel\***

**Durée : 2 jours / possible sur 3 jours**

**Prix pour 2 journées : 590 €\*\*/ personne**  
**Prix pour 3 journées : 640 €\*\* / personne**

\* Nous consulter pour un devis.

\*\* hors frais de repas et de réservation de salle sous certaines conditions.

## Les 5S

Objectifs pédagogiques : Etre un acteur actif du changement et de l'amélioration de son travail. Etre efficace avec et dans son unité de travail .Etre pilote de la mise en place des 5S dans l'entreprise.

### Déployer le message 5S dans leur unité de travail :

Le 5S, c'est quoi ? : Le "5S" est une méthode d'amélioration des postes de travail qui est en général le premier chantier d'amélioration continue mis en œuvre dans un organisme. Il est constitué de 5 étapes dont le nom commence par S en japonais.

### Objectif :

Améliorer la sécurité, l'ergonomie et la productivité d'un poste de travail.

Améliorer le travail en équipe.

Le 5S a 2 versions : Bureaux et Atelier-magasin.

Le 5S est un outil de progrès dans l'esprit ISO 9001

### Méthode pédagogique :

La méthodologie 5S étant essentiellement basée sur la réflexion et sur l'application de règles de bon sens, le formateur s'attache à ce que chaque participant s'approprie la méthodologie d'analyse, de mise en application et d'amélioration des solutions retenues. A cet effet, la formation sera principalement axée sur l'application pratique.

### La présentation générale de la méthodologie 5S est faite par le formateur à l'aide de vidéo projecteur :

Chaque étape de la méthodologie est déroulée en détail ainsi que les outils à utiliser. Des exercices complètent cet apport. La deuxième journée est consacrée à déterminer de quelle manière les 5S peuvent être mis en application dans l'organisme (travail en groupes). Un document de synthèse destiné à constituer le cahier des charges du projet 5S est établi à l'issue de cette journée, à partir des travaux de chaque groupe.

### Un support de formation est remis à chaque participant, de manière à servir ultérieurement de référence :

Principes et outils fondamentaux de la Qualité totale  
Présentation de la méthodologie 5S

### Méthodologie en deux étapes : Mise en place & Consolidation

1ere étape : mise en place des trois premiers S :

Seiri : débarrasser

Seiton : ranger

Seiso : nettoyer et tenir propre

2e étape : mise en place des deux derniers S :

Seiketsu : systématiser

Shitsuke : standardiser

### Le déploiement des 5S dans l'entreprise

Mise en place pratique des 5S

Un outil de base : les 5S Pourquoi (explications et exercices)

Les tableaux d'avancement (l'avant et l'après)

Les audits 5S

Savoir expliquer la démarche 5S

Faire changer les comportements et améliorer les choses à la source

### Détermination d'une zone atelier test

(dans le cadre d'une formation intra-entreprise)

Visite avec le groupe et prise de photos (constatation de l'avant)

4 thèmes à traiter :

#### Thème 1 : Débarrasser et ranger

Déterminer sous forme de plan d'actions la méthodologie à utiliser, principalement sur :

Comment hiérarchiser les éléments à débarrasser

Comment établir les règles de rangement

Comment faire participer l'ensemble des équipes

#### Thème 2 : Nettoyer et tenir propre

Déterminer sous forme de plan d'actions la méthodologie à utiliser, principalement sur :

Comment déterminer un standard de propreté

Comment garantir le maintien du niveau atteint

#### Thème 3 : Maintenir les 5S Déterminer de quelle manière

Déterminer de quelle manière :

Mettre en place une organisation facile à tenir rangée et propre

Déterminer les indicateurs permettant de vérifier le maintien des 5S

#### Thème 4 : Améliorer les 5S

Déterminer de quelle manière :

Organiser les audits

Garantir le maintien des 5S par l'amélioration permanente

**De 3 à 8 stagiaires**  
**Possibilité en individuel\***

**Durée : 2 jours / possible sur 3 jours**

**Prix pour 2 journées : 590 €\*\*/ personne**

**Prix pour 3 journées : 640 €\*\* / personne**

\* Nous consulter pour un devis.

\*\* hors frais de repas et de réservation de salle sous certaines conditions.



## Réussir sa prise de parole en public

Objectif pédagogique : Séduire un auditoire et le convaincre

### Comprendre sa mission de représentation, bien en délimiter le périmètre :

Connaître et intégrer les 5 règles d'or de la prise de parole en public  
Séduire l'auditoire et surtout... convaincre !

### Savoir se préparer et surmonter son appréhension :

Concentration, gestion du trac : acquérir les techniques, connaître les trucs et astuces  
Échauffement, mise en tonicité de la voix  
Maîtriser ses attitudes sur scène  
Connaître et "jouer" de tous les paramètres de communication

### Peaufiner son intervention pour "être bon" :

Structurer le fond de son discours  
« Scénariser » l'événement  
Quel recours au "par-cœur" ? Comment composer avec ses fiches ?  
Du bon usage des "slides" : place, rôle et nombre des aides visuelles

### Maîtriser toutes les facettes de la prise de parole :

Réussir son "entrée en scène"  
Survivre aux 3 premières minutes...  
Faire face à l'auditoire, prendre possession des lieux, soutenir l'attention de la salle  
Maîtriser les réactions de la salle (et la session de questions/ réponses)  
Savoir terminer son discours et réussir sa sortie

### Jeux, exercices et mises en situation :

Tout au long de cette formation, il est fait appel à des exercices réels, filmés et analysés permettant à chacun de prendre conscience des mécanismes personnels et/ou techniques entrant en ligne de compte dans une bonne communication orale.

**De 3 à 8 stagiaires**  
**Possibilité en individuel\***

**Durée : 2 jours / possible sur 1 journée**

**Prix pour 1 journées : 540 €\*\*/ personne**  
**Prix pour 2 journées : 590 €\*\*/ personne**

\* Nous consulter pour un devis.

\*\* hors frais de repas et de réservation de salle sous certaines conditions.

## Concevoir une présentation PowerPoint

Objectifs pédagogiques : Réussir une mise en page qui retient l'attention du spectateur. Choisir la bonne typographie, les bonnes images et les bonnes couleurs.

### Les questions à se poser :

Analyser, comprendre et traiter l'information à faire passer  
Objectifs de la présentation ? Pour qui ? Quand ? Comment ? Pourquoi ?...  
Quels sont les messages essentiels à faire passer : le ou les message(s) clés

### Mettre en page l'information et la rendre dynamique :

Utiliser à bon escient la typographie : choix de polices, la taille, les effets.  
Appliquer les règles typographiques : gestion de l'espace...  
Placer les illustrations : schémas, graphiques, formes, photos, images...

### Développer sa créativité et utiliser les illustrations :

Choisir un visuel (image, forme, graphique) selon l'objectif.  
Identifier les contraintes liées aux images et aux photos.  
Bien utiliser la couleur  
Respecter la charte graphique de l'entreprise : homothétie du logotype, typographie...

### Réaliser un diaporama attractif :

Mettre en page les diapositives.  
Associer les couleurs  
Utiliser les effets d'animation pour valoriser les informations mais pas trop...

**De 3 à 8 stagiaires**  
**Possibilité en individuel\***

**Durée : 2 jours / possible sur 1 journée**

**Prix pour 1 journées : 540 €\*\*/ personne**  
**Prix pour 2 journées : 590 €\*\*/ personne**

\* Nous consulter pour un devis.

\*\* hors frais de repas et de réservation de salle sous certaines conditions.

## Maîtriser son temps et ne plus le subir

Objectifs pédagogiques : Mieux s'organiser pour atteindre ses objectifs

Un cadre s'engage souvent à atteindre des objectifs dans un temps donné. Pour y parvenir, il doit s'appuyer sur des méthodes lui permettant d'identifier ses guides dans le feu de l'action et gérer cette tension constante entre l'urgence et l'importance.

### Votre mission ? :

Clarifier sa fonction et ses objectifs  
Hiérarchiser les priorités  
Distinguer urgence et importance  
Planifier et préparer

### Remettre en cause ses comportements dans sa relation au temps :

C'est souvent à notre insu que l'on met des freins dans notre gestion du temps. C'est notre relation personnelle au temps et nos comportements à risque qui sont alors en jeu.

### Les lois du temps :

Les parades : vouloir et pouvoir  
Les messages inconscients  
Inconvénients et bénéfices secondaires

### La relation aux autres et les situations chronophages :

La relation aux autres est une composante de notre gestion du temps. Une multitude de situations méritent vigilance et volonté de résolution afin de ne pas se laisser déborder.  
10 situations chronophages et leur traitement  
Outils personnels de gestion du temps et de gestion des activités  
Vers des engagements personnels concrets  
Évaluation

### Savoir dire non ! :

Comment dire non ?  
Comment l'expliquer ?

**De 3 à 8 stagiaires**  
**Possibilité en individuel\***

**Durée : 2 jours / possible sur 3 jours**

**Prix pour 2 journées : 590 €\*\*/ personne**  
**Prix pour 3 journées : 640 €\*\* / personne**

\* Nous consulter pour un devis.

\*\* hors frais de repas et de réservation de salle sous certaines conditions.

## Savoir gérer son stress

Objectifs pédagogiques : Comprendre son stress pour mieux le combattre

### Etes-vous vraiment stressé ?

Qu'est-ce que le stress ?  
Les facteurs de stress dans son environnement  
Distinguer le "bon" et le "mauvais" stress  
Identifier son mode de réaction en situation tendue  
Test de perméabilité au stress en fonction de sa personnalité

### Neutraliser les effets du stress :

Augmenter son niveau de qualité de vie au travail  
Les techniques de relaxation à connaître  
Instaurer une nouvelle relation au temps  
Apprendre à réinterpréter ses pensées stressantes

### Adopter une stratégie anti-stress :

Les 10 mécanismes de défense sur lesquels agir  
Développer ses capacités créatives pour sortir d'une situation de stress  
Savoir prendre du recul pour rester objectif  
Entretenir la confiance en soi

### Limiter les sources de stress avec les autres :

L'affirmation positive de soi  
Apprendre à dire non sans hostilité  
Faire des critiques positives  
Déjouer les situations de conflit

### Contrôler son stress :

Prendre du recul par rapport aux réactions de stress  
Mettre à jour les mécanismes de stress  
Savoir contrôler son stress pour gagner en sérénité et en efficacité

**De nombreux exercices « anti-stress » ponctuent cette formation**

**De 3 à 8 stagiaires**  
**Possibilité en individuel\***

**Durée : 2 jours / possible sur 3 jours**

**Prix pour 2 journées : 590 €\*\*/ personne**  
**Prix pour 3 journées : 640 €\*\* / personne**

\* Nous consulter pour un devis.

\*\* hors frais de repas et de réservation de salle sous certaines conditions.

# Conduire une réunion

Objectifs pédagogiques : Mener à bien une réunion. Atteindre ses objectifs. Eviter le syndrome de la « réunionite »

Quel que soit le positionnement hiérarchique ou de compétences des participants, mener à bien la conduite de réunion constitue l'un des principaux leviers d'efficacité personnelle et des équipes. Ce module se présente comme base d'intégration des méthodes d'organisation et de communication pour réussir vos réunions.

## Préparer sa réunion :

Connaître les différents types de réunion :

Les réunions d'information

Les réunions de décisions

Les réunions de production

Les réunions de résolution des problèmes,

## Définir l'utilité de la réunion :

Fixer les objectifs à atteindre,

Choisir les acteurs concernés,

Mettre au point les conditions matérielles,

## Les supports :

Choisir et concevoir les supports, leur contenu et les modalités de présentation ; les avantages et les inconvénients de chaque type de support, le timing idéal, l'alternance prise de parole,

## Etre efficace :

Anticiper le degré de complexité d'une réunion en identifiant les caractéristiques d'une réunion complexe,

Définir sa stratégie pour optimiser l'efficacité de sa réunion,

Comment faire rédiger et communiquer l'ordre du jour aux destinataires,

## Maîtriser la conduite de réunion :

Chaque participant s'approprié des méthodes et des outils de la conduite de réunion pour faire levier sur l'efficacité de l'animation et sur une meilleure gestion des désaccords pouvant se manifester au cours de la réunion.

## Accueillir les participants :

Mettre à l'aise son auditoire,

Mettre en place les instances de régulation ; nomination éventuelle d'un animateur,

Communiquer la méthode de travail et l'objectif de la réunion,

Anticiper les conflits notamment par la gestion des personnalités difficiles,

Amener chaque participant à contribuer à la discussion, structurer et synthétiser les échanges, les étapes et les points de la réunion, les supports de communication,

Maîtriser la prise de parole face aux participants, la prise de parole des participants

Faire prendre une décision collective en réunion et choisir les modalités de prise de décision par rapport à la situation,

Conclure la réunion, synthétiser les résultats, partager les tâches, communiquer aux intéressés les résultats.

## Après la réunion :

Faire un feed-back et exprimer ses sentiments et ses émotions, communiquer positivement des informations difficiles,

Rédiger un compte-rendu

Programmer la réunion suivante

**De 3 à 8 stagiaires**  
**Possibilité en individuel\***

**Durée : 2 jours / possible sur 3 jours**

**Prix pour 2 journées : 590 €\*\*/ personne**

**Prix pour 3 journées : 640 €\*\* / personne**

\* Nous consulter pour un devis.

\*\* hors frais de repas et de réservation de salle sous certaines conditions.

## Conditions générales

### Inscriptions multiples :

Vous vous inscrivez à plusieurs sur la formation de votre choix : bénéficiez de 20% de réduction sur la 2<sup>e</sup> inscription. Au delà ou si vous souhaitez obtenir un devis, n'hésitez pas à nous contacter au tél. 04 70 67 89 06 ou au mob. 06 75 39 17 37 ou par e-mail à l'adresse suivante : [cyril.toutain@originis.fr](mailto:cyril.toutain@originis.fr)

### Lieu de la formation :

Le lieu de la formation vous serez précisé sur votre convocation, environ 15 jours avant la date du stage.

### Condition d'inscription et moyens de paiement :

Votre inscription sera considérée comme définitive à réception de votre demande d'inscription formalisée par l'envoi du bulletin rempli et signé. Tous les tarifs sont indiqués hors taxes et comprennent la formation, la documentation pédagogique remise pendant la formation, les petits déjeuners et pauses-café.

Le règlement du prix de la formation est à effectuer avant le jour de la formation, soit par virement bancaire à notre banque BNP Paribas, libellé au nom d'Originis Cyril Toutain, sur le compte numéro 30004 00921 00010029501 37, soit par chèque à l'ordre d'Originis. En cas de paiement par un OPCA, il appartient au Client de s'assurer de la bonne fin du paiement par l'organisme concerné.

Pour les organismes soumis au code des marchés publics, la facture leur sera communiquée après la formation. A compter de cette date, le règlement devra être effectué au plus tard dans les 45 jours.

### Conditions d'annulation - remplacement :

Toute annulation devra se faire par lettre recommandée ou par e-mail avec accusé de réception à l'adresse [cyril.toutain@originis.fr](mailto:cyril.toutain@originis.fr). Jusqu'à 10 jours calendaires avant la date de la formation (ou du 1<sup>er</sup> module pour un cycle), le remboursement se fera sous déduction d'une retenue de 15% dans la limite de 200 €HT. Au-delà de cette date, le montant de l'inscription reste du en totalité à Originis, mais les participants pourront se faire remplacer.

Originis se réserve le droit, si le nombre de participants à une formation est jugé insuffisant sur le plan pédagogique, d'annuler cette formation au plus tard 8 jours calendaires avant la date prévue. Les frais d'inscriptions préalablement réglés seront alors entièrement remboursés ou, à votre convenance, un avoir sera émis.

Originis se réserve le droit de reporter la formation, de modifier le lieu de son déroulement, le contenu de son programme ou de remplacer un animateur, si des circonstances indépendantes de sa volonté l'y obligent.

### Garantie de qualité :

Originis applique à l'ensemble de ses formations des principes rigoureux de qualité. Si vous estimez qu'une formation n'a pas répondu à vos attentes, Cyril Toutain Consultant-Formateur se tient à votre disposition au tél. 04 70 67 89 06 ou au mob. 06 75 39 17 37 ou par e-mail à l'adresse suivante : [cyril.toutain@originis.fr](mailto:cyril.toutain@originis.fr)

# Inscrivez vous !

**sur internet :**  
cyril.toutain@originis.fr  
www.originis.fr/contact

**par courrier :**  
Originis / Cyril Toutain  
Le Quart des Près 03320 Lurcy-Lévis

**par téléphone :**  
**04 70 67 89 06**

**par mobile :**  
**06 75 39 17 37**

---

## Oui, je m'inscris à la formation :

### Communication des entreprises et des collectivités

- Le poste de chargé de communication     Concevoir un plan de communication  
 Communication internet : plus d'efficacité

### Relation Presse et Techniques rédactionnelles

- Gérez efficacement vos relations presse     Réussissez vos publications d'entreprise     Les techniques rédactionnelles  
 Titres et accroches : capter l'attention du lecteur

### Management :

- La mise en place des 5S

### Développement personnel

- Réussir sa prise de parole en public     Conduire une réunion     Concevoir une présentation PowerPoint  
 Maîtriser son temps et ne plus le subir     Savoir gérer son stress

---

## Bulletin d'inscription à compléter et à renvoyer

### Participant :

M. / Mme

Fonction ..... Service .....

Tél. .... E-mail .....

### Société :

Raison sociale .....

N° de TVA intra communautaire .....

Adresse .....

Code postal ..... Ville .....

Tél. ....

Activité de la société .....

Effectif de la société.....

Le(s) soussigné(s) accepte(nt) les conditions d'inscription ci-dessous

Cachet et signature ..... à ..... le .....



# Inscrivez vous !

sur internet :  
cyril.toutain@originis.fr  
www.originis.fr/contact

par courrier :  
Originis / Cyril Toutain  
Le Quart des Près 03320 Lurcy-Lévis

par téléphone :  
**04 70 67 89 06**

par mobile :  
**06 75 39 17 37**

## Oui, je m'inscris à la formation :

### Communication des entreprises et des collectivités

- Le poste de chargé de communication       Concevoir un plan de communication
- Communication internet : plus d'efficacité

### Relation Presse et Techniques rédactionnelles

- Gérez efficacement vos relations presse       Réussissez vos publications d'entreprise       Les techniques rédactionnelles
- Titres et accroches : capter l'attention du lecteur

### Management :

- La mise en place des 5S

### Développement personnel

- Réussir sa prise de parole en public       Conduire une réunion       Concevoir une présentation PowerPoint
- Maîtriser son temps et ne plus le subir       Savoir gérer son stress

## Bulletin d'inscription à compléter et à renvoyer

### Participant :

M. / Mme

Fonction ..... Service .....

Tél. .... E-mail .....

### Société :

Raison sociale .....

N° de TVA intra communautaire .....

Adresse.....

Code postal ..... Ville .....

Tél.....

Activité de la société .....

Effectif de la société.....

Le(s) soussigné(s) accepte(nt) les conditions d'inscription ci-dessous

Cachet et signature ..... à ..... le .....

# Inscrivez vous !

**sur internet :**  
cyril.toutain@originis.fr  
www.originis.fr/contact

**par courrier :**  
Originis / Cyril Toutain  
Le Quart des Près 03320 Lurcy-Lévis

**par téléphone :**  
**04 70 67 89 06**

**par mobile :**  
**06 75 39 17 37**

## Oui, je m'inscris à la formation :

### Communication des entreprises et des collectivités

- Le poste de chargé de communication     Concevoir un plan de communication  
 Communication internet : plus d'efficacité

### Relation Presse et Techniques rédactionnelles

- Gérez efficacement vos relations presse     Réussissez vos publications d'entreprise     Les techniques rédactionnelles  
 Titres et accroches : capter l'attention du lecteur

### Management :

- La mise en place des 5S

### Développement personnel

- Réussir sa prise de parole en public     Conduire une réunion     Concevoir une présentation PowerPoint  
 Maîtriser son temps et ne plus le subir     Savoir gérer son stress

## Bulletin d'inscription à compléter et à renvoyer

### Participant :

M. / Mme

Fonction ..... Service .....

Tél. .... E-mail .....

### Société :

Raison sociale .....

N° de TVA intra communautaire .....

Adresse .....

Code postal ..... Ville .....

Tél. ....

Activité de la société .....

Effectif de la société.....

Le(s) soussigné(s) accepte(nt) les conditions d'inscription ci-dessous

Cachet et signature ..... à ..... le .....



Il est temps de  
communiquer autrement !

**Originis**

Le Quart des Près 03320 Lurcy-Lévis  
Tél. 04 70 67 89 06 - Mob. 06 75 39 17 37  
[originis.fr](http://originis.fr)