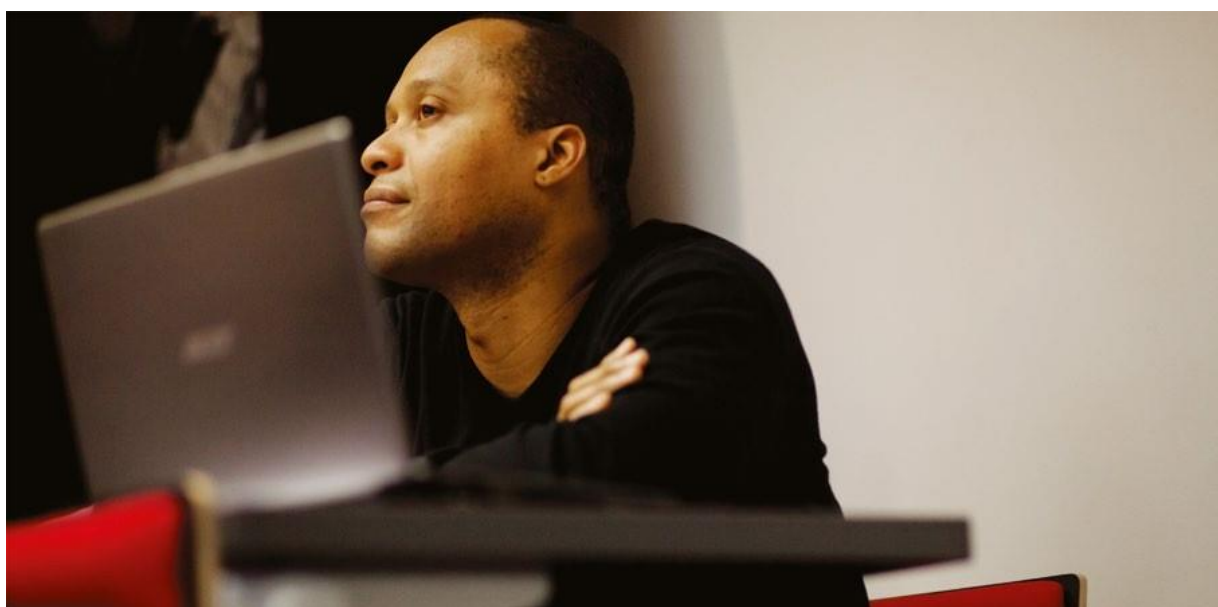


Formations
ESSEC Executive Education/Azerrisk Advantage

Pour les leaders africains



ESSEC Business School

Depuis sa création en 1907, l'ESSEC cultive un modèle spécifique fondé sur une identité et des valeurs fortes :

l'innovation, l'ouverture, la responsabilité et l'excellence.

Acteur européen de référence sur la scène académique mondiale, l'ESSEC se donne pour mission de former les managers responsables de demain.

Sa pédagogie fondée sur l'expérience de l'individu, le développement de la créativité et de son esprit critique, l'écoute et le questionnement se déclinent dans une gamme complète de programmes - de la formation initiale à la formation continue - pour former des entrepreneurs et des dirigeants d'entreprise ambitieux, économiquement efficaces et socialement responsables.

Par son activité intense de recherche (plus de 700 articles et ouvrages au cours des 5 dernières années) et ses 19 chaires d'enseignement et de recherche, associant professeurs et entreprises, l'ESSEC contribue à l'amélioration de la conduite des organisations par la production de savoirs, concepts et méthodes de management en phase avec les défis du ^{xxi}^e siècle.

Face aux nouveaux enjeux de la globalisation, l'ESSEC poursuit son développement avec un objectif ambitieux : faire partie des 20 plus influentes Business Schools mondiales et s'imposer comme un acteur majeur de la formation dans le monde.

4400 étudiants dont 1520 étudiants internationaux

5000 managers en formation permanente

90 nationalités représentées sur les 3 campus

44000 diplômés à travers le monde

Azerrisk Advantage

Créée en 2008 par Sylvie et Benoît Cougnard (anciens cadres de la Banque de France et de banques commerciales), Azerrisk Advantage est une entreprise innovante offrant des solutions complètes en termes de formation, conseil et de solutions logicielles sur-mesure.

Présente en Afrique et en Europe, Azerrisk Advantage propose une large gamme de formations financières - des formations sur mesure à des solutions de scoring ou pilotage - permettant aux acteurs du monde de la Finance de développer leur savoir-faire et expertise en termes de risques et micro finance et d'acquérir des connaissances relatives au Big Data notamment. Son activité comprend :

- Des formations sur-mesure en Finance, proposées en présentiel et e-learning et déployées au sein d'institutions internationales. Cette offre dispensée en français et en anglais comprend également des Serious Games.

- Des solutions Corporate en couverture des risques de marché (Optihedge, développé avec le soutien du Groupe EADS-Airbus).
- Des outils et solutions de scoring déployés en SaaS ou Cloud et adoptées par des institutions de premier plan telles Monte Paschi Banque et Tunisie Leasing Group.
- Des modèles internes adaptés aux marchés financiers africains et aux marchés "peu liquides" comme le modèle Crystal, homologué par la Banque Centrale du Maroc en 2013.
- Des solutions légères et évolutives de pilotage des risques opérationnels utilisées en banque multilatérale avec le soutien des bailleurs de fonds internationaux tels AFD et la Banque Mondiale.



Notre offre de formation

Accompagner le changement	4
ALM bancaire et pilotage de la liquidité : outils et pratiques avancées de la gestion d'un bilan au quotidien	5
Assurances : outils de gestion et de pilotage de la solvabilité en Afrique	6
Big Data : profiter du phénomène et accroître ses performances	7
Bâle II et III, Solvency II, EMIR, MiFID: actualité, comparaison et mise en œuvre internationale	8
Construire, présenter et piloter votre business plan	9
Contrôle interne bancaire : améliorer votre efficacité opérationnelle et votre rentabilité	10
Finance, marketing et stratégie : maîtrisez les mécanismes d'entreprise de manière globale	11
Gestion et finances : fondamentaux pour les non spécialistes	12
Gestion financière d'entreprise : du diagnostic à la stratégie financière	13
Le manager et son équipe : la dimension humaine au service du bien être des collaborateurs et de la performance de l'entreprise	14
Les risques de marché en Afrique, indicateurs et outils de pilotage	15
Management et leadership opérationnel	16
Management stratégique de l'innovation et des services : complexité et nécessité	17
Négociation, médiation et résolution de conflits : approche opérationnelle et outils essentiels	18
Risk Management : des parcours E Learning complets	19
Tout savoir sur les enjeux du risque de crédit pour les banques et le secteur financier, niveau 1	20
Tout savoir sur les enjeux du risque de crédit pour les banques et le secteur financier, niveau 2	21
Risques opérationnels et cartographie des risques : gagner en efficacité et en lisibilité	22
Webmarketing : convertissez votre audience en business	23

Accompagner le changement

Durée : 6 jours

L'environnement des organisations connaît des changements constants et rapides, qui exigent la mise en place permanente de nouvelles compétences et de nouvelles approches.

Pourtant, pas moins de 70 % des projets de changement échoueraient. En cause : la résistance au changement, problème principal, mais aussi une mauvaise préparation et des méthodes d'intervention inadéquates, parfois sans concordance avec les valeurs et les réalités de l'entreprise.

La réussite d'un changement passe aussi bien par l'acquisition de nouveaux savoirs que par la prise en charge de méthodes pertinentes, que ce module vous propose de découvrir dans le détail.

Objectifs

- Acquérir les méthodes et les compétences propres à la gestion des projets de changement.
- Apprendre à formuler et à implanter un projet de changement en entreprise.
- Appréhender avec attention les facteurs humains pour une performance accrue.
- Savoir mener un changement en cohérence avec les spécificités d'une organisation.
- Expérimenter la gestion du changement dans l'action.

Public

- Cadres dirigeants.
- Responsables métier et responsables de projets.
- Managers opérationnels.

Contenus de la formation

Section 1 : Découverte de la gestion du changement. Introduction au thème du changement en gestion. Modèles et initiation au changement des personnes.

Sections 2 et 3 : Initiation au management du changement. Types de changement. Modèles de gestion. Principes directeurs. Analyse de la capacité à changer d'une organisation. Recherche des sources de changement. Perspectives offertes par le changement. Orientation du changement. Critères de réussite.

Section 4 : Approfondissement en management de changement. Cartographie du changement. Audit des parties prenantes. Choix d'une méthode d'intervention cohérente avec l'organisation pour la formulation, l'implantation et l'intégration du changement.

Section 5 : Maîtrise du sujet via une étude de cas complète.

Section 6 : Spécificités du management du changement et conclusions. Communication du changement. Pouvoir et politique. Leadership. Implications pour les gestionnaires. Compétences requises pour les défis à venir.

Les points forts du programme

- Un focus sur le changement pour mieux appréhender les changements organisationnels.
- L'apprentissage d'un modèle organisationnel du changement déclinable dans toute entité.
- Un travail quotidien en atelier et simulation récapitulative sur une journée complète.

ALM bancaire et pilotage de la liquidité : outils et pratiques avancées de la gestion d'un bilan au quotidien

Durée : 5 jours

La crise l'a montré : les banques font parfois face à des difficultés d'accès à la liquidité pendant plusieurs mois consécutifs. La réglementation bancaire a ainsi dû imposer de nouveaux ratios de liquidité à court et à moyen termes. Dans ce contexte, le juste pilotage ALM de la banque et le suivi des risques de liquidité prennent une importance encore plus grande.

Au-delà des bonnes pratiques internationales, découvrez avec ce module la nécessité pour les banques africaines de prendre en compte des spécificités de l'environnement local, et de disposer d'outils et de pratiques avancées pour gérer leur bilan au quotidien.


Objectifs


- Comprendre les principes du pilotage ALM et du risque de liquidité dans la banque.
- Fournir des grilles de lecture structurantes sur l'évolution des contraintes et des pratiques dans le pilotage ALM.
- Comprendre la logique et le contenu des ratios internationaux de liquidité imposés par Bâle III.
- Connaître les modalités d'usage des principaux ratios ALM et de liquidité en milieu opérationnel.
- Échanger sur les meilleures pratiques opérationnelles de gestion ALM et du risque de liquidité.


Public

- Collaborateurs souhaitant comprendre la logique de la dimension ALM et du risque de liquidité.
- Auditeurs, inspecteurs et contrôleurs intervenants sur ces questions.
- Collaborateurs des fonctions commerciales et risques, ou des fonctions impactées par la gestion ALM.

Contenus de la formation

Section 1 : La banque, son bilan et les objectifs de l'ALM. Comprendre les impacts des opérations réalisées par la banque : activités de retail et de gros, activités pour compte de tiers, et activités pour compte propre. Typologie des risques stratégiques (marché, crédit et opérationnel). Définition des principaux ratios. Obligations réglementaires et prudentielles.  analyse d'un bilan bancaire simplifié.

Section 2 : Gestion du risque de liquidité. Évaluation et gestion du gap. Détermination du plan de refinancement. Définition du prix de la liquidité et limites du modèle. Scénarios de stress. Réglementation Bâle III : objectifs, enjeux et impacts sur le modèle des banques.  pilotage d'un ratio de liquidité et détermination des gaps.

Section 3 : Gestion du risque global de taux. Définition et mesure. Gestion du risque global de taux. Scénarios adverses et sensibilité des résultats.  analyse et gestion du risque global de taux.

Section 4 : Pilotage et outils ALM. Indicateurs de risques. Outils de prévision. Gestion dynamique du bilan. Taux de cession interne : calculs et limites du modèle.

Les points forts du programme

- Un module présentant les grandes facettes du pilotage ALM et des principaux ratios de pilotage.
- Des exercices de simulation de pilotage ALM et des réponses opérationnelles fondées sur les retours d'expérience des participants.

Assurances : outils de gestion et de pilotage de la solvabilité en Afrique

Durée : 5 jours

À l'instar des banques, les compagnies d'assurances doivent disposer d'outils pertinents pour mesurer et piloter leur solvabilité. L'impact des évolutions récentes sur les règles de solvabilité leur permet désormais d'éviter les biais de concurrence avec la sphère bancaire et de mieux couvrir les risques mis en évidence par la crise financière. Pourtant, la mise en place de Solvency II ainsi que les exigences posées par les IFRS exercent sur les assureurs une pression plus importante, à laquelle ce séminaire vous apprendra à faire face.

Objectifs

- Comprendre les enjeux actuels du secteur de l'assurance en Afrique, et les impacts de la crise financière sur les règles de solvabilité et les exigences en termes de normes.
- Identifier les changements induits et les principales évolutions à l'œuvre.
- Appréhender les contraintes et les besoins du secteur assurance.
- Disposer d'outils de choix pour mesurer et piloter votre solvabilité.

Public

- Collaborateurs des sociétés d'assurances ou en relation avec le secteur de l'assurance.
- Publics souhaitant comprendre les mécanismes et les enjeux fondamentaux de l'assurance aujourd'hui.

Les points forts du programme

- Un module centré sur des points opérationnels et sur des échanges multiples entre participants et formateur.
- Une présentation des meilleures pratiques en analyse de solvabilité, et de leur adaptation à chaque contexte.

Contenus de la formation

Section 1 : Organisation du marché africain de l'assurance. Chiffres clés. Organisation et principaux groupes.

Section 2 : Acteurs du monde de l'assurance. Entreprises d'assurances. Institutions de prévoyance. Étude comparative et différences fondamentales. Typologie des sociétés relevant du périmètre assurances au sein d'une banque.

Section 3 : Mécanisme de l'assurance. Technique de l'assurance, sélection et division des risques.

Section 4 : Typologie des produits d'assurance. Produits d'assurances de dommages : automobile, incendie et risques divers, responsabilité civile. Produits d'assurances de personnes : produits en cas de vie et en cas de décès, produits santé, protection des victimes et assurances obligatoires.

Section 5 : Enjeux actuels du marché africain de l'assurance. Grandes tendances actuelles. Assurance de personnes: individuelle et collective. Évolutions juridiques, fiscales et réglementaires. Enjeux des acteurs du secteur de l'assurance.

Section 6 : Structure et principes de Solvabilité 2. Entreprises et activités concernées. Évaluation quantitative des risques et du capital de solvabilité. : calcul de fonds propres selon différents standards. discipline de marché.

Section 7 : Conclusion. Changements sur le marché africain de l'assurance, une révolution culturelle ?

Big Data : profiter du phénomène et accroître ses performances

Durée : 5 jours

Véritable or noir du ^{xxi}^e siècle, le phénomène Big Data met à votre disposition des masses de données significatives, dont l'exploitation représente un gisement de valeur important, à condition de respecter un certain nombre de règles. Sa mise en œuvre peut s'avérer délicate en raison de la diversité des données ou de leur manque de qualité : les data managers doivent disposer de connaissances multiples, tout en tenant compte des contraintes et spécificités propres à chaque environnement. Ce module vous apprendra à maîtriser les fondements et les limites de l'ensemble des outils disponibles, et à déployer avec succès une démarche Big Data.

Objectifs

- Saisir les enjeux et les bénéfices du Big Data pour votre entreprise et votre secteur d'activité.
- Comprendre de quelle manière la mise en place d'outils peut vous permettre d'améliorer l'expérience client, d'optimiser les processus et la performance opérationnelle, et de renforcer ou diversifier votre business model.
- Appliquer les concepts dans le cadre de cas pratiques de mise en place de scores.
- Appréhender les pré-requis de ces approches et identifier les applications les plus pertinentes dans votre secteur.

Public

- Directions financière, opérationnelle et des risques, impliquées dans le développement commercial.
- Direction stratégique en charge de la définition des axes de développement.
- Collaborateurs intervenant dans la gestion des bases de données et dans l'évolution des systèmes d'information (DSI).

Contenus de la formation

Section 1 : Big Data, la révolution. Définition, enjeux et exemples. Multiplication des sources de données et possibilités commerciales. Méthodes d'exploitation des données : data mining, scoring, intelligence artificielle.

Section 2 : Nouveaux horizons de l'ère Big Data. Segmentation de la clientèle et des offres produits : ciblage commercial selon la probabilité d'achat, fragmentation de l'offre selon les segments de clientèle, optimisation de l'effort commercial par segmentation des cibles. Tarification et propositions individualisées : tarification adaptée au profil de chaque prospect, sécurisation de la marge nette de tous risques et coûts additionnels.

Section 3 : Cadre réglementaire applicable à l'exploitation des données. Normes internationales en matière de protection de la vie privée. Contraintes en termes d'image et de réputation. Limites légales dans l'exploitation des données à des fins commerciales.

Section 4 : Exploitation du Big Data dans les pays émergents. Souplesse du cadre légal. Enjeux particuliers en termes de fiabilisation des données. Risques à intégrer dans la tarification. Bénéfices des entreprises pionnières.

Section 5 : Conclusion : révolution majeure et impacts multiples. Meilleure connaissance du client. Fragmentation et personnalisation des offres. Tarification individualisée.

Les points forts du programme

- Un module centré sur des points opérationnels et tout particulièrement ciblé pour les analystes et data managers.
- Une présentation des meilleures pratiques en data management, et leur adaptation à chaque contexte.

Bâle II et III, Solvency II, EMIR, MiFID : actualité, comparaison et mise en œuvre internationale

Durée : 5 jours

Les évolutions réglementaires sont plus rapides et plus profondes que jamais, depuis que la crise financière a nécessité une révision complète du cadre de réglementation de l'activité bancaire à l'échelle internationale. Ce module vous propose de découvrir les différents textes applicables, ainsi que les divergences dans leur mise en place à l'échelle régionale et nationale. En maîtrisant les subtilités des normes réglementaires dans leurs différentes déclinaisons, vous serez en mesure d'en comprendre la logique et les enjeux, ainsi que les marges de manœuvre dont vous disposez pour une application cohérente et intelligente de ces normes.

Objectifs

- Comprendre les motivations et le contenu des réformes bancaires et financières et des différents textes applicables, ainsi que leurs points de convergence et de divergence à l'échelle internationale.
- Fournir une vision d'ensemble et cohérente des facettes de ces réformes.
- Échanger sur les meilleures pratiques opérationnelles de transposition, de déclinaison et d'adaptation de ces normes au contexte africain.

Public

- Auditeurs, inspecteurs et contrôleurs intervenant sur ces questions.
- Collaborateurs des fonctions « risk management » et des fonctions impactées par les réformes réglementaires.

Contenus de la formation

Section 1 : Grandes réformes réglementaires. Principaux textes applicables. Leçons de la crise bancaire. Résilience et stabilité du système financier. Aléa moral et intervention de l'État. Convergence vers Bâle III et calendrier de mise en œuvre.

Section 2 : Contenu et dernières évolutions des réformes. Augmentation quantitative des fonds propres affectés aux risques de marché. Renforcement qualitatif des fonds propres des banques. Plafonnement du « leverage » de la banque et encadrement de la titrisation. Nouveaux ratios internationaux de liquidité. Encadrement du bilan indépendant des mesures de risque. Réduction du poids des marchés de gré à gré. Coussin additionnel pour les banques systémiques.

Section 3 : Comparaison des nouvelles normes entre l'Europe, les États-Unis et l'Afrique. Divergences et convergences par catégories de banques. Arbitrage et divergences réglementaires. Dernières décisions américaines et européennes. Perspectives de mise aux normes des institutions africaines.

Section 4 : Impacts structurels et unités de ces réformes. Pénalisation de la prise de risque pour compte propre dans les banques. Mesures de risque de marché et de liquidité durablement « stressées ». Meilleure prise en compte des risques spécifiques aux institutions africaines. Revue des impacts hors système bancaire.

Les points forts du programme

- Un module rappelant le contenu et la logique des différents modules de la CAD et des déclinaisons Bâle III.
- Une comparaison des applications et des versions de la CAD dans les différentes zones géographiques.

Construire, présenter et piloter votre businessplan

Durée : 3 jours

Cadres et dirigeants, vous serez amené au cours de votre carrière à concevoir et à présenter un business plan auprès de votre hiérarchie, de vos collègues et de vos partenaires extérieurs (banques, investisseurs, fournisseurs...). Comment construire un business plan adapté ? Comment le promouvoir et négocier un financement ? Comment le piloter avec efficacité ? Ce module dispose de trois jours pour répondre à ces questions fondamentales : il vous propose un rappel complet des différents outils stratégiques et de diagnostic financier, pour vous donner toutes les chances de faire aboutir votre projet avec succès.

Objectifs

- Savoir construire un business plan et vendre son projet.
- Découvrir et appréhender la dimension stratégique et opérationnelle d'un business plan financier.
- Établir un diagnostic des périodes passées de l'entreprise et dégager ses forces et ses faiblesses.
- Élaborer les documents financiers prévisionnels et déterminer les besoins de financement.
- Évaluer les risques présentés par le projet.
- Être en mesure de le présenter de manière convaincante.

Public

- Cadres ou dirigeants amenés à concevoir et à présenter un business plan à leurs collègues, à leur hiérarchie ou auprès de partenaires extérieurs (investisseurs, banquiers, fournisseurs).

Contenus de la formation

Section 1 : La dimension stratégique opérationnelle du business plan. Retenir un modèle économique. Procéder à une analyse concurrentielle. Définir les objectifs stratégiques, les atouts et les facteurs clés de succès. Mettre au point les stratégies de développement.

Section 2 : La dimension financière de ce type de projet. Appréhender les principes et les conventions comptables. Procéder à un diagnostic financier. Répondre à des questions vitales : le bilan est-il bien structuré ? L'entreprise est-elle profitable ? L'entreprise est-elle rentable ?

Section 3 : Étude de cas. Les documents prévisionnels. Les méthodes de choix d'investissements.

Les points forts du programme

- Un module qui propose un rappel complet des différents outils stratégiques et des outils du diagnostic financier.
- Une présentation des différentes méthodes de choix des investissements.

Contrôle interne bancaire : améliorer votre efficacité opérationnelle et votre rentabilité

Durée : 5 jours

Les risques sont au cœur de l'exercice du métier de banquier, qui doit composer avec les nombreuses évolutions apportées ces dernières années aux outils de contrôle interne bancaire au fil des révisions des normes applicables (CRBF97-02, Bale 2/3, Sarbanes Oxley). Au-delà de la mise en conformité avec la réglementation, les banques souhaitent elles aussi tirer profit de leur dispositif de contrôle pour améliorer leur efficacité opérationnelle et leur rentabilité. Ce module vous offre les outils pour maîtriser les enjeux et les grands principes du contrôle interne, et en assurer un déploiement intelligent, au service des intérêts de la banque.

Objectifs

- Appréhender les dispositifs réglementaires liés au contrôle interne ainsi que leurs récentes évolutions au fil des révisions des normes applicables.
- Comprendre l'intérêt pour les banques de tirer profit des dispositifs de contrôle pour améliorer leur efficacité opérationnelle et leur rentabilité.
- Acquérir une démarche globale d'amélioration du contrôle interne.
- Travailler sur un référentiel de contrôle interne et définir des outils de suivi adaptés.


Public

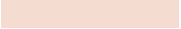
- Collaborateurs concernés par les contrôles internes périodiques et permanents.
- Collaborateurs des directions des risques intervenant dans les différents niveaux de contrôle.
- Auditeurs et inspecteurs intervenant en phase de prévalidation sur ces projets.

Contenus de la formation

Section 1 : Contrôle interne et actualité réglementaire. Définir le contrôle interne. Principaux enjeux. Points spécifiques et particularités dans le contexte africain. Impacts en termes de positionnement de l'audit.

Section 2 : Dispositifs réglementaires et leur évolution. Normes internationales. Points de contrôle des superviseurs bancaires. Points d'attention des agences de rating.

Section 3 : Construire un référentiel de contrôle interne. Principes méthodologiques. Exemple appliqué à une base métier et à une base support.  analyse d'un référentiel métier.

Section 4 : Finalité du contrôle interne : outil de pilotage. Plan d'action global et suivi d'amélioration du contrôle interne. Exemple de reporting et d'une procédure de suivi de plan d'action.  analyse de documents, modèle de plan d'action, exemple de reporting de synthèse.

Les points forts du programme

- Un module présentant les grandes facettes et évolutions du contrôle interne bancaire.
- Des réponses opérationnelles reposant sur des cas concrets et sur les retours d'expérience des participants.

Finance, marketing et stratégie : maîtrisez les mécanismes d'entreprise de manière globale

Durée : 9 jours

Cette formation de neuf jours s'organise en trois modules complets de trois jours. Managers dont la finance n'est pas le cœur de votre métier, un premier volet vous permettra de vous familiariser avec cette discipline complexe mais indispensable, pour disposer d'une compréhension globale des mécanismes d'entreprise. Vous appréhendez ensuite la nécessité d'une approche de marketing stratégique dans une économie de marché mondialisée, inondée de services et de produits à cycle de vie court. Enfin, une section consacrée à la stratégie d'entreprise vous permettra de mieux comprendre votre environnement de travail, les décisions prises à chaque niveau de l'entreprise ainsi que le bien-fondé de vos tâches, missions et responsabilités.

Objectifs

- Saisir et intégrer les attentes du manager opérationnel et des autres responsables de l'entreprise pour participer à son développement.
- Comprendre les mécanismes de marché et la logique économique de l'entreprise.
- Appréhender l'interdépendance des domaines fonctionnels de l'entreprise et leur contribution à son résultat économique.
- Développer vos compétences ou acquérir une expertise nouvelle en marketing, afin de maîtriser les différents visages de cette fonction.
- Découvrir les fondamentaux de la finance afin d'en maîtriser les subtilités.

Public

- Managers de toutes fonctions.
- Collaborateurs de formation technique (ingénieurs) souhaitant acquérir des bases en gestion d'entreprise.

Contenus de la formation

Section 1 : Finance d'entreprise. Lire les documents financiers : conventions et principes comptables, système d'enregistrement comptable, bilan et compte de résultat. Établir le diagnostic financier d'une entreprise : définir la profitabilité et la rentabilité d'une entreprise, l'équilibre du bilan et sa capacité à dégager du cash. Accompagner les prises de décision : seuil de rentabilité, levier d'exploitation et levier financier, méthode de calcul des coûts.

Section 2 : Marketing stratégique. Le marketing acteur de la création de valeur : les choix marketing stratégiques à faire sur un marché, la segmentation, le positionnement, les axes stratégiques majeurs de développement et le mix marketing. Le diagnostic marketing au service de la décision marketing : les principes généraux du diagnostic stratégique. Les interactions entre marketing et industriel via l'exemple de l'innovation en entreprise : les nouvelles dimensions du marketing.

Section 3 : Stratégie d'entreprise. Établir des diagnostics et un positionnement stratégique de l'entreprise. Utiliser les matrices d'analyse de portefeuille d'activités stratégiques de façon optimale et formuler des stratégies de développement pour l'entreprise. Simulation d'entreprise.

Les points forts du programme

- Un module complet pour une compréhension globale des enjeux soulevés.
- Une journée de simulation intensive, pour permettre la mise en perspective des acquis développés dans différents domaines (finance, marketing, stratégie) et leur application à un cas dynamique.

Gestion et finances : fondamentaux pour les non spécialistes

Durée : 9 jours

Managers dont la comptabilité et la finance ne sont pas le cœur de votre métier, ce module vous permettra de vous familiariser avec ces fonctions de l'entreprise. Vous aborderez dans un premier temps les éléments de base de la comptabilité financière (référentiels nationaux et internationaux, élaboration et interprétation des états financiers comme le bilan et le compte de résultat). À l'issue de la seconde partie du module, vous serez en mesure de réaliser diagnostic financier, devis et analyse critique, et de prendre les décisions financières adaptées. En fin de module, un jeu de simulation vous proposera une synthèse des acquis.

Objectifs

- Décrypter et comprendre l'information financière et comptable.
- Maîtriser les principaux concepts de la gestion et de la finance d'entreprise.
- Faciliter le dialogue avec les spécialistes internes (direction financière) et externes (banques, auditeurs, experts-comptables) du domaine comptable et financier.
- Intégrer les logiques financières et comptables dans les décisions opérationnelles.
- Réaliser diagnostic financier, devis et analyse critique, et prendre les décisions financières adaptées.

Public

- Dirigeants d'entreprise.
- Responsables d'unités décentralisées ou de centres de profit.
- Managers non spécialistes des fonctions comptables et financières.

Contenus de la formation

Section 1 : Introduction. Comptabilité : objectifs et utilisateurs. Normalisation nationale et internationale. Bilan et compte de résultat : construction et interprétation.

Section 2 : Système comptable et éléments de fiscalité. Saisie et traitement des données. TVA et impôts sur les sociétés.

Section 3 : Opérations de fin d'exercice. Amortissements. Provisions. Dépréciations. Régularisations et stocks.

Section 4 : Groupes et comptes consolidés.

Section 5 et 6 : Analyse financière. Bilan : bilan financier, ratios de liquidité et d'endettement, fonds de roulement financier, bilan fonctionnel, besoins en fonds de roulement, ratios de gestion. Compte de résultat : soldes intermédiaires de gestion, ratios de rentabilité, rentabilité commerciale, rentabilité financière, rotation des capitaux propres, tableau de flux financiers.

Section 7 et 8 : Principales méthodes de calcul des coûts. Natures de coûts. Méthodes de coûts complets. Méthode de coûts partiels. Seuil de rentabilité. Indice de sécurité. Levier d'exploitation.

Section 9 : Jeu de simulation. Exercice d'initiation à la gestion d'une entreprise.

Les points forts du programme

- Un module directement ancré dans l'actualité comptable et financière.
- Des exercices et des études de cas proposés qui illustrent concrètement les thèmes abordés au fil des séances de ce stage.

Gestion financière d'entreprise : du diagnostic à la stratégie financière

Durée : 5 jours

L'analyse financière permet de transcrire la réalité économique de l'entreprise en un langage universel. Pourtant, entre l'analyse des bonnes pratiques et leur mise en œuvre, l'écart et les difficultés s'avèrent parfois significatifs. La gestion financière est en effet liée à de multiples facteurs : cadre comptable et réglementaire, secteur d'activité de l'entreprise, ou encore services offerts par les banques de l'entreprise. Seule une démarche opérationnelle concentrée sur les enjeux majeurs de la gestion financière permettra aux entreprises d'atteindre leurs objectifs sur le long terme.

Objectifs

- Comprendre les grands principes de la gestion financière d'entreprise, ainsi que son lien avec les cadres comptables et réglementaires, le secteur d'activité de l'entreprise et les services offerts par les banques de l'entreprise.
- Identifier les ratios et les agrégats les plus adaptés à chaque cas.
- Fournir une vision d'ensemble de la gestion financière d'entreprise.
- Identifier les pratiques opérationnelles adaptées aux différents cas.

Public

- Collaborateurs des directions financières et trésorerie des entreprises.
- Collaborateurs des fonctions comptabilité et contrôle de gestion.
- Publics impliqués dans des projets visant à améliorer la performance financière de l'entreprise.

Contenus de la formation

Section 1 : Analyse financière et gestion des principaux ratios financiers. Modèles d'analyse financière : analyse des performances (SIG, rentabilité, etc.) et diagnostic du risque. Relation fondamentale de trésorerie : trésorerie, FR et BFR. Modèle d'analyse financière de la Banque de France. Des concepts aux ratios. Du tableau de financement fondé sur les flux de fonds aux tableaux de trésorerie. Analyse financière des comptes consolidés.

Section 2 : Pilotage de la trésorerie et de l'investissement. Choix de financement. Gestion de trésorerie : choix entre horizon et supports. Gestion du couple rendement risque. Techniques d'appel de fonds propres. Emprunts à moyen et long termes. Plan de financement.

Section 3 : Contrôle de gestion et analyse des coûts. Pilotage de l'organisation et analyse des coûts. Pilotage de l'organisation en centres de responsabilités : les prix de cession interne. Calcul du résultat analytique (coût d'achat, coût de production, coût de revient, etc.). Tableaux de bord.

Les points forts du programme

- Un module présentant les enjeux et les principes majeurs de la gestion financière d'entreprise.
- Des ateliers de simulation de la gestion d'entreprise et des réponses opérationnelles fondées sur les retours d'expérience des participants.

Le manager et son équipe: la dimension humaine au service du bien-être des collaborateurs et de la performance de l'entreprise

Durée : 6 jours

On demande désormais aux managers de se montrer autant préoccupés par les processus et les résultats, que par les collaborateurs qui permettent de les mettre en place et de les atteindre. Injecter une forte dose de dimension humaine dans votre management devient indispensable au bien-être de votre équipe comme à la performance de votre entreprise. Condition de l'efficacité individuelle et collective, vous devez vous connaître vous-même pour être en mesure de mieux comprendre l'environnement humain dans lequel vous évoluez. Ce module vous apprend à appréhender les situations de façon réaliste et à agir en mobilisant les bonnes dynamiques et les bons outils.

Objectifs

- Améliorer votre connaissance de vous-même, votre capacité d'introspection et votre réflexivité.
- Acquérir des éléments de théorie de la personnalité, du comportement et des interactions pour mieux comprendre les réactions de vos collaborateurs.
- Favoriser l'apprentissage des collaborateurs par l'action et la réflexion, et améliorer leur autonomie.
- Savoir, face à la diversité des collaborateurs et des situations, quels comportements adopter et quel accompagnement mettre en place.
- Être sensibilisé à la complexité des situations et à l'approche systémique.
- Intégrer la dimension éthique dans vos décisions managériales.

Public

- Responsable de départements ou d'unités autonomes.
- Chefs de projets.

Contenus de la formation

Section 1 : Se connaître soi-même et apprendre à connaître les autres. La démarche MBTI, Votre profil de personnalité et vos spécificités. Votre style de management, de communication, de gestion de conflits et de décision. Les styles des autres, les complémentarités et les difficultés, et comment les réduire.

Section 2 : Les équipes performantes. Définition d'une équipe. Rôles et dynamique. Les équipes « haute performance ». L'influence de la culture nationale.

Section 3 : Le manager et ses collaborateurs. Les nouveaux collaborateurs et les nouvelles conditions de l'environnement. L'autonomie et l'implication comme objectifs du manager. La confiance comme clé du management. Une nécessité : reconnaître ses collaborateurs. Conduire des entretiens et fournir un feedback. Encourager le partage des expériences et des connaissances. Le coaching et les différents types d'accompagnement.

Section 4 : Le manager en situation. Éthique. Pouvoir. Prise de décision. Conflits et leur gestion. Urgence et stress.

Section 5 : Le management et le changement. Environnement et changement. Types de changement. Changement organisationnel. Individu et changement : motivations et résistances. Changement et crises. Anticiper, gérer et accompagner le changement.

Les points forts du programme

- Des mises en situation permettant l'élaboration de plans de progrès personnels.
- Une vision moderne du rôle du manager et l'acquisition de méthodes pratiques conciliant efficacité et éthique managériale.

Les risques de marché en Afrique, indicateurs et outils de pilotage

Durée : 5 jours

La crise financière de 2008-2009 et la mise en place de normes réglementaires plus restrictives ont profondément bouleversé le pilotage des risques de marché. Ainsi, les pratiques en la matière se fondent désormais sur de multiples indicateurs, aussi bien qualitatifs que quantitatifs. Comment, dans ce contexte, choisir les indicateurs les mieux adaptés à l'environnement, à la liquidité de chaque marché mais aussi à chaque classe d'actifs ? Ce module propose une vision globale et critique des indicateurs disponibles, pour permettre aux risk managers de retenir et d'adapter les outils conformes à ses besoins et à son contexte opérationnels.

Objectifs

- Comprendre les forces et faiblesses des approches de mesure et de pilotage du risque, dans différents contextes (avant et après la crise, sur les marchés internationaux comme sur les marchés régionaux ou moins liquides).
- Identifier les démarches les plus adaptées à chaque cas d'espèce.
- Comprendre l'intérêt des différents exercices de « stress-testing » (ou test de résistance) menés par les superviseurs.
- Adapter ces outils de pilotage au contexte africain.

Public

- Collaborateurs souhaitant comprendre le fonctionnement et l'usage opérationnel des stress tests et de la VaR.
- Auditeurs, inspecteurs et contrôleurs intervenant sur ces questions.
- Collaborateurs impliqués dans la maîtrise des risques.

Contenus de la formation

Section 1 : Introduction aux outils de « risk management ». Environnement et facteurs de développement. Crise financière : un nécessaire renforcement des pratiques de risk management. Risques particuliers en évolution rapide, les contextes africains.

Section 2 : Les méthodes de calcul de la « VaR » (Value at Risk). Définition, origine, hypothèses, typologie et modalités d'application. Principales méthodologies de calcul. VaR paramétrique, VaR historique et VaR Monte Carlo. Mise en perspective de chaque méthodologie : avantages, inconvénients et applications concrètes dans les principaux établissements.

Section 3 : Les « stress-tests » (scénarios catastrophes et simulation de crise). Origine des stress tests. Typologie : revue des forces et faiblesses de ces méthodes. Stress tests historiques, hypothétiques, adverses ou reverses. Bonnes pratiques dans un contexte d'usage opérationnel. **Contenu de la formation** mise en place de stress tests adaptés aux entreprises africaines et risques spécifiques à l'environnement africain.

Section 4 : Spécificités du pilotage du risque en Afrique. Qualité de l'information. Dimension panafricaine et effets domino. Dynamisme économique et risques. **Contenu de la formation** contenu de Bâle III et impact sur le risk management.

Les points forts du programme

- Un module couvrant l'ensemble des outils de pilotage des risques de marché.
- Des réponses opérationnelles lors des ateliers et des exercices de simulation de pilotage des risques en période de crise.

Management et Leadership opérationnel

Durée : 3 jours

Les attentes envers les cadres sont toujours plus fortes : on leur demande d'être à la fois de bons managers et des leaders avérés. Or, ces concepts sont souvent confondus et peu intégrés dans les actions des entreprises. Attaché aux processus et aux méthodes, le manager s'assure que les chantiers stratégiques sont correctement exécutés. Le leader se distingue par sa vision transversale et prospective, et sa capacité à porter le changement. Ce module vous permettra d'appréhender les différentes formes de pouvoir dans les organisations, entre autorité (management) et influence (leadership), et d'appréhender les outils spécifiques de chaque discipline au niveau opérationnel.

Objectifs

- Envisager les différences entre management et leadership, et les pratiquer avec efficacité au niveau opérationnel.
- Appréhender la complémentarité des deux approches et sa contribution aux performances de l'entreprise.
- Identifier la boîte à outils spécifique à chaque discipline et être en mesure d'effectuer des comparaisons.
- Maîtriser votre communication dans le cadre d'une négociation et utiliser les techniques favorisant le management.

Public

- Managers de premier et de deuxième niveaux.
- Responsables de PME-PMI.
- Superviseurs et chefs d'équipes.

Contenus de la formation

Section 1 : Management et Leadership. Définition des concepts, objectifs, positionnement, rôles et activités. Management micro et macro. Styles de management. Leadership macro et micro. Évolution du rôle d'expert à manager, et de manager à leader.

Section 2 : Science du management opérationnel. Définition, démarche, environnement, ressources, pratiques, contraintes et critères de distinction. Planification, organisation, coordination, contrôle et répartition des rôles.

Section 3 : Art du leadership. Gestion du réseau. Négociation et gestion des conflits. Gestion des acteurs du changement. Approches de leadership inné, critères, comportements et styles. Leadership stratégique : vision, valeurs et comportement. Leadership d'équipe : gestion du changement, compétences, gestion du réseau, coaching et leadership situationnel. Leadership opérationnel : négociation, conflits et coaching.

Les points forts du programme

- Une boîte à outils complète pour identifier les dispositifs spécifiques de chaque discipline au niveau opérationnel.
- Une pédagogie participative, autour de discussions, de travail en équipe et d'exemples concrets et représentatifs.

Management stratégique de l'innovation et des services : complexité et nécessité

Durée : 11 jours

Quelle importance pour l'humain dans le management des services et de l'innovation ? La mise en œuvre d'un service est principalement orchestrée par des individus : il est donc primordial d'inscrire la gestion de la motivation, de l'empathie et de la psychologie au cœur de vos priorités. La dimension humaine est tout aussi importante dans l'innovation, qu'il s'agisse de faire émerger une idée ou de faire évoluer une proposition. Ce cycle de formation de onze jours, destiné aux professionnels, est organisé en cinq sections pour aborder la complexité et la nécessité du management stratégique. À son terme, vous obtiendrez le certificat ESSEC en management stratégique de l'innovation et des services.

Objectifs

- Comprendre les enjeux de l'évolution des services et de l'innovation au sein des entreprises.
- Développer votre capacité à identifier et à sélectionner les opportunités d'innovation.
- Acquérir des méthodes et outils pour créer et gérer les projets innovants.
- Développer votre créativité personnelle et disposer des outils pour développer celle de vos équipes.
- Intégrer l'innovation et la stratégie des services dans vos pratiques professionnelles.
- Recevoir le certificat management stratégique de l'innovation et des services.

Public

- Directeurs ou responsables de l'innovation.
- Responsables en charge d'un projet d'innovation.
- Directeurs marketing et R&D souhaitant se spécialiser sur le sujet.
- Managers présentant une responsabilité liée à l'innovation ou au sein d'une entreprise particulièrement innovante.
- Responsables des organismes d'incitation, de stimulation et de financement de l'innovation.

Contenus de la formation

Section 1 : Fondamentaux de l'innovation et des services. Innovation : raisons, besoins, nécessité. Stratégies de créativité et processus de mise en œuvre.

Section 2 : Créativité et design thinking. Émergence des idées et créativité : principes, méthodes, outils et expérimentation des sources d'innovation et du benchmark. Design thinking : méthodologie, gestion des idées, enjeux juridiques et analyse de risques.

Section 3 : Création de services innovants. Stratégies et enjeux d'innovation, motivation des innovateurs. Gestion de projet et indicateurs pour évaluer la capacité d'implémentation de l'idée dans l'organisation.

Section 4 : Marketing des services et marketing de l'innovation. Lancement de l'innovation : principes et indicateurs, marketing de l'innovation dans les services. Vie du service innovant sur le marché : principes du post-lancement, cycle de vie et évaluation d'un service innovant.

Section 5 : Stratégie et processus d'Innovation : écosystème et open innovation - Les enjeux responsables. Création de valeur et génération de croissance, facteurs clés de succès et nouveaux enjeux, analyse de risques de l'innovation et veille stratégique. Externalisation du développement et mise en place de l'open innovation, mobilisation des leviers de la motivation de l'innovateur, transformation des capacités d'innovation en avantage compétitif. Innovation responsable.

Les points forts du programme

- La compréhension des fondamentaux de l'innovation grâce à une pédagogie mêlant apports théoriques et cas pratiques.
- La remise du certificat ESSEC management stratégique de l'innovation et services au terme des cinq modules.

Négociation, médiation et résolution de conflits : approche opérationnelle et outils essentiels

Durée : 6 jours

Vous souhaitez construire des partenariats de longue durée et créer de la valeur à plusieurs ? Prévenir et résoudre les conflits ? Influencer et convaincre les autres ? Ces questions sont en effet au cœur de la vie de toute organisation. C'est la manière de les traiter qui fera une grande différence dans le succès de vos activités : les méthodes de négociation, de médiation et de lobbying sauront vous aider.

Ce module vous propose de développer une approche opérationnelle et de maîtriser une série d'outils essentiels dans trois domaines clés (négociation, médiation et résolution de conflits), pour vous aider à rendre votre entreprise plus performante.

Objectifs

- Échanger des bonnes pratiques et acquérir des méthodes et outils immédiatement opérationnels en négociation, en médiation et en résolution des conflits.
- Disposer d'une approche opérationnelle pour réussir vos négociations et rendre votre entreprise plus performante.
- Savoir traiter l'essentiel avant l'évident en négociation, en médiation et résolution des conflits.
- Analyser ses propres expériences de négociation, de médiation et de résolution de conflits dans son environnement professionnel.

Public

Ce module s'adresse tout particulièrement aux cadres des secteurs privé et public amenés à :

- manager des équipes et construire des partenariats ;
- négocier des accords, contrats et conventions ;
- représenter leur organisation auprès de partenaires extérieurs.

Contenus de la formation

Section 1 : Les fondamentaux de la négociation. Élaborer une stratégie de négociation. Préparer une négociation. Communiquer efficacement. Surmonter les obstacles psychologiques. Gérer les aspects intégratifs et distributifs dans le processus de négociation. Maîtriser une séquence de négociation. Analyser ses propres expériences dans son environnement professionnel.

Section 2 : Médiation et résolution de conflits. Analyser et classer les différentes causes d'impasse et de blocage. Choisir et mettre en œuvre les stratégies appropriées. Faire face aux profils difficiles. Comprendre les dynamiques de conflits de son propre fonctionnement dans une situation de conflit. Découvrir et pratiquer le processus de médiation. S'améliorer en tant que partie prenante à la médiation.

Section 3 : Négociation interculturelle. Définir la culture en négociation. Comprendre son impact sur : la construction de la relation à la table des négociations, le mandat et la cartographie des parties prenantes ; la communication verbale et non verbale, la temporalité à la table des négociations et la logistique ; les motivations à travers différents systèmes de valeurs, les solutions à la table argumentées de critères de justification spécifiques et les solutions hors table.

Les points forts du programme

- Une méthode d'apprentissage innovante, interactive, intensive et opérationnelle, reposant sur l'échange de bonnes pratiques entre experts et participants issus de divers milieux professionnels.
- Une certification « expert en négociation » délivrée à la fin du parcours.

Risk management : des parcours E Learning complets

L'ensemble des modules disponibles dans le cadre de stages présentiels peuvent se poursuivre ou être complétés par des modules e-learning, des cas pratiques ou des serious games. Les modules e-learning sont tous disponibles en anglais et en français. Ils vous offrent un contact continu par messagerie instantanée avec les formateurs animant les séminaires en présentiel. Si votre connexion Internet est instable, vous pouvez bénéficier d'une mise à disposition sur serveur local, avec garantie de confidentialité.

Pédagogie

- Les formations interactives sont accessibles à tout moment par l'ensemble de vos collaborateurs.
- Leur souplesse permet aux participants de se former en fonction de leurs propres disponibilités.

✓ À noter :

- l'ensemble des modules sur-mesure réalisés en mode présentiel peuvent être accompagnés de leurs modules e-learning dédiés ;
- ces modules sont accessibles à partir de serveurs dédiés situés au plus proches de nos clients africains.

Interactivité

- Les présentations sont rythmées par des cas pratiques pour maintenir l'attention du participant.
- Les participants peuvent adresser leurs questions au formateur par mail tout au long de la formation.
- Les Serious Games proposent une approche ludique aux participants, permettant aux collaborateurs d'une même entreprise de comparer leurs décisions lors des simulations.
- Les participants suivent l'évolution de leurs connaissances tout au long de la formation sur la base des tests et des études de cas étudiés.

La validation des compétences

- Des QCM d'entrée et de sortie permettent de mesurer le niveau de chaque participant et de mesurer la progression obtenue à l'issue de la formation.

Test
d'entrée

Présentation interactive
et tests de validation

Échanges avec
le formateur

Test de fin de
séminaire avec
études de cas

Tout savoir sur les enjeux du risque de crédit pour les banques et le secteur financier, niveau 1

Durée : 5 jours

Enjeu majeur pour les établissements bancaires, une bonne gestion du risque de crédit doit passer par une large sensibilisation des collaborateurs, et ce même lorsqu'ils interviennent dans d'autres domaines. Via une vision globale du dispositif de pilotage et une connaissance pointue des outils utilisés, chaque maillon de l'entreprise pourra ainsi disposer des clés de lecture et des bons réflexes pour contribuer dans sa fonction à la bonne maîtrise des risques de crédit. Ce module en deux niveaux présente tout ce que vous devez savoir sur les enjeux du risque de crédit pour les banques et le secteur financier.

Objectifs

- Appréhender l'analyse du risque de crédit dans le contexte du fonctionnement général des banques et du système financier.
- Acquérir les fondamentaux de la gestion du risque de crédit.
- Disposer d'une vision globale du dispositif de pilotage, et d'une connaissance pointue des outils utilisés.
- Intégrer des réflexes simples en matière d'appréciation du risque de crédit.
- Diffuser les meilleures pratiques et favoriser les échanges sur des cas concrets.

Public

- Publics souhaitant acquérir une vision d'ensemble du risque de crédit.
- Collaborateurs désireux d'évoluer vers des fonctions requérant une maîtrise du risque de crédit.

Contenus de la formation

Section 1 : Introduction et cadre du risque de crédit. Définition et illustration. Évolutions réglementaires. Dispositif de gestion du risque de crédit en place. Typologie et comparaison des différentes formes de risque de crédit selon les instruments concernés.

Section 2 : Organisation du processus d'octroi de crédit. Schéma d'octroi de crédit, système de délégation et d'autorisations. Analyse des risques de crédit au niveau transactionnel. Notation interne, taux de perte, ROE et RAROC prédictifs. Facteurs d'atténuation des risques. Rôle du comité de crédit et prise de décision.

Section 3 : Évaluation du risque de crédit. Analyse des documents financiers. Analyse sur dossier et approches quantitatives. Mesure des principaux indicateurs. Crédits syndiqués.

Section 4 : La gestion du risque de crédit. Suivi des dossiers de crédit en cours de vie. Revue régulière des crédits et analyse des signaux d'alerte. Prise en compte des « effets de contagion ». Suivi des risques sectoriels et du risque pays. Approche par transaction et par portefeuille. Suivi des limites par engagement, par signature, par secteur et par pays. Prise en compte des garanties et sûretés. Transfert et atténuation du risque de crédit.

Les points forts du programme

- Un module structuré autour de cas concrets d'analyse de risques et d'évaluation de dossiers.
- Des réponses à des questions opérationnelles, lors d'études de cas éventuellement fondées sur des dossiers ou des situations réelles communiquées par les participants.

Tout savoir sur les enjeux du risque de crédit pour les banques et le secteur financier, niveau 2

Durée : 5 jours

Le pilotage du risque de crédit repose sur des outils multiples et parfois complexes, et l'environnement et les normes internationales sur des méthodes statistiques impliquant l'exploitation de données internes comme externes. Ces exigences doivent être adaptées au contexte de chaque banque pour aboutir à des indicateurs robustes exploitables au quotidien. Pour pleinement exploiter les indicateurs de pilotage du risque de crédit, il est donc nécessaire d'en mesurer les forces et les faiblesses, ainsi que leur adaptation au contexte de chaque établissement. Ce module en deux niveaux présente tout ce que vous devez savoir sur les enjeux du risque de crédit pour les banques et le secteur financier.

Objectifs

- Acquérir et consolider ses connaissances en matière de gestion du risque de crédit.
- Appréhender et intégrer les dimensions garantie et prévention du défaut.
- Être en mesure de mesurer les forces et les faiblesses des indicateurs du risque de crédit, ainsi que leur adaptation au contexte de chaque établissement.
- Diffuser les meilleures pratiques et favoriser les échanges sur des cas concrets.

Public

- Publics souhaitant renforcer leurs connaissances et leurs pratiques en gestion du risque de crédit.
- Collaborateurs des fonctions crédits souhaitant approfondir leur maîtrise des meilleures pratiques.

Contenus de la formation

Section 1 : Rappel du cadre réglementaire. Normes Bâle I, II et III. Évolutions réglementaires. Poids du risque de crédit par rapport aux autres risques.

Section 2 : Mesure du risque de crédit. Approches et comparaisons. Rating, scoring et notation interne. Calibration des indicateurs. Expected Losses et provisions. Unexpected Losses et calcul de fonds propres réglementaires. Traitement des risques de crédit. Mesure du rating et matrices de transition. Crédit VaR paramétrique et historique. Stress testing et combinaison avec les approches ICAAP.

Section 3 : Gestion du risque de crédit. Prise en compte des garanties et sûretés. Pilotage dynamique des risques de crédit au niveau transactionnel et du portefeuille de la banque. Suivi des risques sectoriels et du risque pays. Prévention du risque de défaut. Impacts sur les autres familles de risques.

Section 4 : Gestion du risque de contrepartie. Définition, périmètre et notions. Articulation avec les risques de marché et de crédit. Importance dans les nouvelles réglementations.

Section 5 : Atténuation et transfert du risque de crédit. Prise en compte des garanties et sûretés. Gestion des créances douteuses et mise en recouvrement. Réassurance du crédit et titrisation des créances.

Les points forts du programme

- Une large place accordée aux travaux concrets, pour une mise en œuvre immédiate des concepts étudiés à partir de données concrètes.
- Une revue de l'ensemble des meilleures pratiques et des indicateurs exploités dans l'environnement international et régional.

Risques opérationnels et cartographie des risques : gagner en efficacité et en lisibilité

Durée : 5 jours

Les risques opérationnels sont plus difficiles à appréhender que les autres catégories de risques. Un bon dispositif de collecte des incidents et de pilotage des risques requiert en effet une large implication des collaborateurs. Loin d'être vécu comme une contrainte, le pilotage des risques opérationnels peut en outre renforcer la bonne maîtrise de l'ensemble des risques de la banque, notamment sur le volet crédit, en réduisant les risques de fraude. Ce module vous apprendra à adapter la démarche risques opérationnels aux spécificités de chaque contexte, afin de gagner en efficacité et en lisibilité.

Objectifs

- Développer la culture du risque au sein de votre établissement.
- Comprendre les enjeux et les pré-requis inhérents à la démarche de cartographie des risques.
- Identifier les meilleures pratiques dans la mise en place de cartographies.
- Appréhender les exploitations possibles de la cartographie.
- Mettre en œuvre une approche dynamique et réactive de gestion des risques.

Public

- Collaborateurs souhaitant comprendre la logique et les enjeux de la démarche de cartographie.
- Auditeurs, inspecteurs et contrôleurs intervenant sur ces questions.
- Collaborateurs appelés à contribuer à la collecte des incidents et à l'alimentation de la cartographie.

Contenus de la formation

Section 1 : Introduction. Cadre réglementaire : IFRS, normes bâloises et pilotage des risques. exemples de cartographies des risques.

Section 2 : Préalables à la mise en place d'une cartographie des risques. Analyse du contexte et des spécificités de l'environnement national et international. Définition du périmètre : sièges, implantations locales et étrangères. Déclinaison selon les métiers de l'établissement. Définition des macro-processus opérationnels. exemples de spécificités à prendre en compte.

Section 3 : Évaluation des risques et des contrôles. Matrices d'évaluation des risques. Double dimension de la fréquence et des impacts. Pertes nettes et brutes. Définition des "Key Risk Indicators". exemples de système de notation des risques.

Section 4 : Mise en œuvre de la cartographie. Implication des différents métiers de la banque. Définition d'une organisation de suivi. Collecte des incidents. Déclaration et validation des incidents. détection et suivi des risques de fraude externe en Afrique.

Section 5 : Exploitation de la cartographie. Pilotage interne des risques. Communication financière et vers les tiers. Orientation et ciblage des contrôles, des couvertures et assurances.

Les points forts du programme

- Un module présentant l'ensemble de la démarche risques opérationnels.
- Des ateliers de collecte, de déclaration et de cartographie des risques opérationnels fondés sur l'interactivité et sur les retours d'expérience des participants.

Webmarketing : convertissez votre audience en business

Durée : 3 jours

Participez à ce programme court et découvrez l'art du marketing online et de l'intelligence marketing. La conquête et la fidélisation en ligne, tout comme les techniques de veille, de visibilité sur internet et de webmarketing, n'auront plus de secrets pour vous. Vous disposerez d'une boîte à outils ultra-performante pour développer votre présence et votre capital marque sur Internet, optimiser vos relations presse et activer les bons leviers du digital au bon moment. Les connaissances et compétences acquises et développées vous permettront de mieux gérer les relations avec les nombreux intervenants et prestataires dans l'univers du digital.

Objectifs

- Maîtriser l'art de la veille stratégique et de l'intelligence marketing pour anticiper les stratégies des concurrents et bien se positionner.
- Réaliser un benchmarking.
- Mettre en place des indicateurs et un tableau de bord pertinents pour mesurer sa présence en ligne et jauger la pression concurrentielle.
- Intégrer Internet dans ses plans et actions marketing, communication et relations presse.
- Maîtriser un projet de développement de site Internet et faire vivre un site.
- Développer son activité grâce à Internet et adapter sa stratégie de fidélisation.
- Utiliser Internet avec efficacité pour la création d'événements.

Public

- Responsables communication et marketing.
- Responsables produits et marques.
- Managers projet Internet et Intranet, et chargés de stratégie Internet.
- Responsables commerciaux.
- Responsables des relations presse.

Contenus de la formation

Section 1 : Introduction au marketing. Marché et concurrence. Moteurs de recherche et structure du Web : fondamentaux et fonctionnement. Stratégie de marque et e-branding. Sécurité et confidentialité sur Internet. Analyse en temps réel. Tout savoir sur une entreprise online.

Section 2 : Génération de trafic et management de l'audience. Référencement naturel (SEO) et critères de visibilité. Liens sponsorisés (SEA) et principes du référencement payant. Affiliation : principes et plates-formes. Cahier des charges : réussir son projet Web.

Section 3 : Conversion, mesure et optimisation du webmarketing. Stratégie de contenu : principes et processus. Stratégie de netlinking : principes, méthodes et outils. Publicité sur Internet : principes, méthodes et analyse des résultats. E-mailing : principes, outils et pièges à éviter. Plan média. Analyse d'audience. Synthèse : tableau de bord et cycle du webmarketing.

Les points forts du programme

- Une formation accessible, même sans compétence technique initiale.
- L'accès à une boîte à outils riche pour auditer et mesurer ses campagnes de webmarketing.
- L'acquisition de connaissances solides pour réussir son projet de présence digitale.



*Azerrisk Advantage
24 rue de l'Alouette
94160 St Mandé
France*

*Sylvie COUGNAUD
scougnaud2@azerrisk.com
Tél. 09 51 14 77 67*

www.azerrisk.fm