



Logistique, Approvisionnement & Contrat

Copyrights

© Safety Integrated Solution, 2018.

Le Contrôle de Gestion

Réf : LAC_CGES_01



5 Jours

Objectifs

- Pratiquer le contrôle de gestion comme outil d'appui au management.
- Développer la maîtrise des outils de recherche de la performance.
- Mettre en place un système de contrôle de gestion.

Public

Cadres du management d'entreprise.

Programme

Jour1

- La gouvernance entreprise
- Le contrôle de gestion
- Notions, Concepts et Objectifs
- Le processus du contrôle de gestion
- Les outils du contrôle de gestion

Jour 2

- Méthodes de calcul de coûts

Jour 3

- La gestion budgétaire

Jour 4

- Le contrôle budgétaire

Jour 5

- Le tableau de bord comme outil de pilotage

NB : Ce programme peut être adapté à des demandes et besoins spécifiques

Gestion de Contrat

Réf : LAC_GCON_02



3 Jours

Programme

Elaborer un contrat en tenant compte des difficultés qui pourraient le rendre caduque et se retrouver pénalisé. Le travail consiste à apprendre à bien mener la rédaction de contrat et protéger les partenaires de tout litige ou dol par la transparence de son écriture.

Travail andragogique et application pratique tout au long du séminaire

Définition de la gestion des contrats

L'importance de la gestion des contrats dans une entreprise :

- Qui est concerné;
- Qui est responsable;
- Qui encadre;

La naissance, la vie et la mort d'un contrat:

- Phase précontractuelle:
 - > Offre et acceptation;
 - > Rupture brutale des négociations.
- Le danger de conclure un contrat sans rien en soupçonner:
 - > Contrats silencieux;
 - > Risques;
 - > Comment éviter cette situation.
- Formation du contrat:
 - > Contrats écrits et contrats verbaux;
 - > Conditions générales;
 - > Contrats types;
 - > Conditions de paiement.
- Exécution du contrat
- Fin du contrat:
 - > Formes et règles;
 - > Rupture du contrat.
- Le danger de conclusion de contrat sans en rien soupçonner;
- Contrats silencieux;
- Risques;
- Points importants relatifs aux contrats commerciaux internationaux:
 - > Quel droit pour quel contrat;
 - > Quels tribunaux pour quel contrat.

[...Suite page suivante](#)

Gestion de Contrat

Suite du Programme

- Comment résoudre les litiges et comment éviter les litiges et les tribunaux:
 - > Comment éviter cette situation
- L'influence des nouveaux moyens de communication sur la gestion des contrats ;
- Points importants relatifs aux contrats commerciaux internationaux:
 - > Clauses relatives aux litiges;
 - > Arbitrage contre résolution des litiges par un tribunal;
 - > Comment aborder les litiges.
- Application pratique et entraînement à la rédaction de différents types de contrats en sous-groupes;
- Analyse des principales clauses de contrat avec l'aide de clauses fournies:
 - > Contrat de vente à l'international;
 - > Contrat de collaboration;
 - > Contrat d'exploitation;
 - > Accord de secret;
 - > Contrat d'exploitation de logiciel.

Les Incoterms

Réf : LAC_INCO_03



3 Jours

Objectifs

Ce cours dispense les démarches techniques nécessaires au bon déroulement des exportations.

Ces connaissances de base en matière de gestion et techniques d'exportation peuvent être directement transposées dans la pratique quotidienne, permettant d'assurer la sécurité et l'efficacité des exportations.

Il permet de comprendre la méthodologie de calcul du prix à l'international en tenant compte des différents incoterms y afférents.

Il est probable que l'un des aspects les plus compliqués soit la politique du prix.

Avant tout, nous devons connaître les prix sur les différents marchés internationaux. Cette information nous permettra d'avoir des critères réels pour fixer les prix d'exportation.

D'un autre point de vue, le prix sera lié à l'incoterm sélectionné par les acteurs du contrat de vente après réflexion et concertation entre les parties afin d'ajuster à la juste mesure des parties concernées.

Public

Tout opérateur de commerce international : Banques, directions des relations internationales des entreprises, transitaires.

Programme

Le mécanisme du crédit documentaire :

- Précautions ;
- Les conditions d'élaboration.

Procédures:

- Les techniques de vente ou incoterms;
- Les mentions obligatoires d'ouverture du crédit documentaire;
- Modèle de demande de crédit documentaire.

Les conditions de vente:

- La lettre d'intention d'achat ;
- La facture;
- Le certificat d'origine ;
- Le certificat d'assurance ;
- Le certificat de fumigation;
- La lettre de voiture (C.M.R.);

[...Suite page suivante](#)

Les Incoterms

Suite du Programme

- La lettre de Transport Aérien (L.T.A.)
- La lettre de voiture ferroviaire;
- Le document de transport combiné (Transport multimodal) ;
- La conteneurisation;
- Les normes d'exigence de la palette;
- Le marquage;
- Le document administratif unique (D.A.U.);
- La licence d'exportation ;
- Le connaissement maritime;
- Le connaissement de charte partie;
- La Society for Worldwide Interbank Financial Télécommunication ou le (S.W.I.F.T.)
- Les frais de procédures bancaires.

Les Incoterms:

- Définition ;
- L'historique ;
- L'évolution dans le commerce international.

Les règles et usances uniformes des Incoterms régies par la Chambre de Commerce Internationale:

Valeur en calcul de prix:

- En sortie d'usine ;
- Franco transporteur;
- Franco le long du navire;
- Franco à bord;
- Coût et fret;
- Port payé jusqu'à ;
- Coût Assurances fret;
- Port payé ;
- Rendu frontière ;
- Rendu fret;
- Rendu à quai;
- Rendu au terminal;
- Rendu au lieu de destination;
- Rendu droits non acquittés ;
- Rendu droits acquittés .
- Les majorations en sus sur les valeurs poids et volumes les plus attractives pour les transporteurs ;
- Les valeurs en sus sur le type de packaging;
- Les fluctuations des valeurs prises en compte suivant les bourses.

Études de cas chiffrées (pour entraînement) sur les Incoterms avec simulation et thématique de représentation avec exercices pratiques des différentes modalités.

Techniques de négociation et de construction de contrats

Réf : LAC_INCO_03



3 Jours

Objectifs

Apprendre à mieux gérer la préparation, la conduite de négociation et acquérir une vision claire des différentes étapes de la négociation jusqu'à la conclusion et ce pour mieux maîtriser la rédaction du contrat

Programme

- > Travail en atelier ;
- > Présentation du groupe;
- > Débat du groupe:
 - Elaborer un questionnaire par les participants afin de déterminer le profil de négociateur.
- > Réponse de chaque participant:
 - Le manipulateur;
 - Le séducteur;
 - Les négociateurs à problème;
 - Les tactiques à adopter en fonction de chaque profil.
- > Répartition des sous/groupes en fonction de la carte du groupe:
 - Les forces;
 - Les faiblesses;
 - Les axes d'amélioration;
 - La perception.
- > Dégager une carte physiologique du groupe;
- > Choix des sujets avec détermination des challenges;
- > Elaborer un histogramme avec des paliers de compétences;
- > Travail deux des s/s groupes en face à face pour la négociation;
- > Simulation filmée de la négociation en vidéo
- > Projection de la vidéo:
 - Analyse du groupe:
 - Les leviers;
 - Les freins;
 - Les formulations;
 - Les reformulations;
 - Les postures et gestes.

[...Suite page suivante](#)

Techniques de négociation et de construction de contrats

Suite du Programme

- > Simulation filmée de la négociation (Phase de remédiation)
 - Créer une atmosphère positive et fixer le cadre:
 - o Cerner les positions initiales;
 - o Annoncer les objectifs;
 - o Reconnaître les points négociables et non négociables;
 - o Comment inciter l'autre à dévoiler sa stratégie.
 - Adaptation des termes de langage à la négociation pour la clarté du dialogue:
 - o Bannir le jargon pour être mieux compris ;
 - o Comment traduire les contraintes juridiques en objectifs opérationnels;
 - o Pratiquer l'écoute active et le questionnement;
 - o Analyser le langage non verbal des collaborateurs pour décoder leurs positions.
 - Comment conclure la négociation au bon moment:
 - o Quels sont les signaux annonciateurs de la conclusion;
 - o Comment résister à la tentation de conclure à tout prix;
 - o Comment formaliser la position finale des parties en présence.
 - Comment construire votre argumentation pour la conclusion d'un accord équilibré et pérenne:
 - o Valoriser ses arguments dans la négociation;
 - o Les techniques d'influence à utiliser pour atteindre ses objectifs;
 - o Choisir les mots justes pour servir son argumentation.
 - Réagir et rebondir face aux objections:
 - o Construire la discussion sans impairs:
 - Gérer le silence,
 - Les choses à ne pas dire;
 - Aborder les sujets délicats.
 - o Quelles sont les méthodes de traitement des objections;
 - o Repérer les points d'accords pour élaborer des propositions constructives.
 - > Séquences filmées avec traitement des objections par les participants
 - Comment gérer le débordement émotionnel:
 - o Colère, attaque, chantage, menace;
 - o Comment négocier avec des personnalités difficiles;
 - o Comment réagir face à une déstabilisation et désamorcer le conflit;
 - o Comment réinstaurer la confiance après une crise.
 - > Séquences filmées avec traitement des informations par les participants.
 - Rédaction de l'ébauche de l'accord sur les bases d'un contrat commercial

Le marketing et la stratégie commerciale

Réf : LAC_MSC_04



4 Jours

Objectifs

Mettre en œuvre des moyens marketing et commerciaux de façon à atteindre les objectifs commerciaux fixés par l'entreprise pour le développement de la vente de tous ses produits ou le lancement d'un produit nouveau. La stratégie commerciale est fixée en fonction d'une analyse des forces et faiblesses de l'entreprise ainsi que l'étude de son environnement.

Public

Tout opérateur impliqué dans la création ou le développement de l'entreprise et ce, au niveau national ou international.

Programme

- La démarche marketing
 - > Diagnostic interne
 - > Diagnostic externe
 - > Objectif
 - Le consommateur
 - > L'étude des besoins
 - > La culture
 - > L'analyse sociétale
 - L'emballage et la stylique
 - > L'emballage et son origine
 - > L'évolution du concept
 - > Les nouvelles normes
 - L'information commerciale
 - > Les grandes dates de l'information
 - > Avènement de la publicité
 - La segmentation
 - > Etude des produits
 - > La classification
 - > Les normes de codification type GENCOD
 - L'innovation
 - > Du point de vue de sa fabrication
 - > Du point de sa disponibilité
 - > Du point de vue de sa diffusion
 - La mercatique relationnelle
 - Les produits et services
 - Le diagnostic stratégique
 - Les études mercatiques
 - > La veille technologique
 - > La veille concurrentielle
 - La marque :
 - > Les différentes formes de marque ;
 - > Le nom ou mot ;
 - > Le slogan ;
 - > Les chiffres et des lettres ;
 - > Les dessins ou logo.
 - La stratégie commerciale :
 - > Les circuits de distribution ;
 - > La relation clientèle ;
 - > La force de vente ;
 - > L'offre.
 - L'étude du marché :
 - > L'analyse des besoins ;
 - > Les emplacements mercantiles ;
 - > L'étude des Catégories Socio Professionnelles CSP.
 - La qualité :
 - > La qualité, une nouvelle donne ;
 - > L'utilité de l'analyse du produit.
 - Le diagnostic commercial.
- Etude de cas appliquée avec débat et apport des participants**