

## Formation Parcours gestion et entrepreneuriat

**Durée** : 210 heures

**Certification** : Création d'entreprise

**Prix** : 4750

**Référence** : 2101141

<b>Catégorie</b>	Comptabilité et Gestion
<b>Sous-catégorie</b>	Contrôle de Gestion
<b>Pour qui ?</b>	Commerciaux, responsables d'entreprise souhaitant acquérir une expertise en développement commercial
<b>Prérequis</b>	Être titulaire d'un diplôme BAC+3 Connaissances de base des techniques commerciales et expérience souhaitable en vente
<b>Objectifs pédagogiques</b>	Maitriser les outils de diagnostic stratégique d'une entreprise Savoir transformer une idée en projet Comprendre le fonctionnement financier Gérer un processus de négociation d'achat et de vente de sociétés Réaliser une analyse du marché et de la concurrence Piloter la stratégie de l'entreprise Utiliser les techniques de valorisation pour situer la valeur d'une entreprise Savoir prendre des décisions pertinentes Certification Chaque bloc de compétences est validé au travers d'un examen écrit sous forme d'étude de cas (cf Réf ZCE) Relation client et négociation-vente (bloc 1)
<b>Contenu de la formation</b>	SCHEMA DIRECTEUR DE LA STRATEGIE D'ENTREPRISE ET DIAGNOSTIC STRATEGIQUE Définir la politique générale de l'entreprise Promouvoir la vision ou finalité de l'entreprise Déployer les objectifs stratégiques Analyse externe Identifier vos concurrents Evaluer l'offre et la demande du marché Etudier la dynamique concurrentielle

Diagnostic interne  
Construire la chaîne de valeur de l'entreprise  
Identifier les ressources stratégiques de l'entreprise  
Evaluer les compétences internes et leur transfert  
Travaux pratiques : réaliser le diagnostic stratégique d'une entreprise donnée

#### LES OUTILS D'AIDE A L'ANALYSE STRATEGIQUE

Utiliser les matrices PEST et SWOT  
Identifier les facteurs clés de succès  
Créer la chaîne de valeur  
Situer les cinq forces de Porter  
Construire les matrices BCG et Mac Kinsey  
Travaux pratiques : construire la matrice SWOT et BCG de son entreprise

#### APPROFONDIR LES DIMENSIONS MARKETING ET VENTES

Réaliser une étude de marché  
Cerner son marché  
Analyser la demande  
Faire des prévisions de vente  
Bâtir un plan de développement marketing  
Valider la structure du chiffre d'affaires (business model)  
Définir le mix de lancement  
Etablir le plan de vente  
Travaux pratiques : réflexion sur les aspects marketing opérationnel des projets des participants

#### MAITRISER LES CONCEPTS CLES DE LA GESTION FINANCE

Evaluer les besoins et les ressources  
Etablir le compte de résultat prévisionnel  
Calculer les flux de trésorerie et la rentabilité du projet  
Identifier et contacter les financeurs potentiels  
Travaux pratiques : les participants travaillent sur un tableur en réalisant les tableaux financiers de leur projet

	<p><b>UTILITE ET OBJECTIFS DU BUSINESS PLAN</b> La formalisation des idées, de la vision stratégique Le positionnement du projet La définition du modèle économique Les chiffrages financiers Obtenir des financements au niveau des investissements, de l'exploitation Trouver des associés, des partenaires industriels, commerciaux... Disposer d'un outil pour monitorer et piloter le projet Travaux pratiques : description des différents types de modèle économique</p> <p><b>LES PRINCIPALES METHODES D'EVALUATION D'UNE ENTREPRISE</b> Méthodes patrimoniales Méthodes analogiques (par comparaison) Méthodes par les flux Méthode du capital immatériel Travaux pratiques : les participants construisent leur Business Plan et le présentent devant le groupe suivi d'échanges</p> <p><b>METTRE EN OEUVRE LES PRINCIPALES METHODES DE FLUX</b> Risque, bêta et taux d'actualisation L'échantillon Les corrections Le coût moyen pondéré du capital (WACC) Actualisation des dividendes Actualisation des flux de trésorerie disponibles (free cash flow ou méthode DCF) Pièges de la méthode DCF Business Plan Taux de croissance et valeur terminale Etudes de cas : construire un tableau de flux de trésorerie disponibles, estimer de la valeur de marché des capitaux propres d'une société, calculer un taux de rendement requis pour les actionnaires</p>
--	--

	<p><b>COMPRENDRE LES DIFFERENTES OPERATIONS EN CAPITAL-INVESTISSEMENT</b>          Définitions : capital-risque, capital développement, capital transmission          Méthodes d'évaluation des sociétés-cibles          Relations avec les investisseurs institutionnels : structure, profil et gestion des fonds          Valorisation et T.R.I. attendu des fonds d'investissement          Sources de financements bancaires spécifiques : obligations convertibles, titrisation...          Travaux pratiques : comparatif de différents projets et calcul de TIR</p> <p><b>PRINCIPES CLES ET MECANISMES DES LBO</b>          Trois effets de levier vertueux du LBO : fiscal, financier et juridique          Variantes du LBO : MBI, OBO, BIMBO, LBO secondaire          Rôle du Holding et impact de l'intégration fiscale          Typologies des dettes : dettes hybrides, mezzanines          Différentes typologies de situations : cibles éligibles          Impact du capital-transmission sur les managers          Etudes de cas : projet de reprise d'une société cible en LBO</p> <p><b>LES MODALITES JURIDICO-FINANCIERES</b>          Pacte entre investisseurs et actionnaires non-managers          Clauses relatives au capital : covenants, clauses de sortie, clauses de sauvegarde          Fonctionnement des instances dirigeantes et de contrôle          Règles de gouvernance et suivi de la participation          Montage du financement et documentation juridique          Levée des conditions suspensives et closing          Travaux pratiques : contrôle des connaissances et approfondissement (qcm)</p>
<p><b>Suite de parcours possible</b></p>	
<p><b>Éligible au CPF</b></p>	<p>Oui</p>

## FINANCEMENTS

OPCO  
OPCA  
FAF  
Pôle Emploi  
La Région



## CONTACTS



**IFFP - Tour Belvédère SPACES**  
**1 Cours Valmy 92 800 Puteaux**



**01 80 88 44 55**



**administration@iffp.pro**