



ELECIO CONSULTING

Externalisation · Offshoring
Développement international

workshops

2009

Conférences
Formations
Ateliers



// DIRIGEANTS DES ENTREPRISES DU SECTEUR DES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION,
DE LA COMMUNICATION ET DE L'OFFSHORING

// DIRECTIONS DES SYSTÈMES D'INFORMATION ET DE L'ORGANISATION

// DIRECTIONS DES RESSOURCES HUMAINES EN CHARGE DE L'INTERNATIONAL

// RESPONSABLES DU DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL

Externalisation, offshoring, internationalisation... Allons-y !

L'offshore et l'externalisation sont des opportunités pour l'industrie des TIC en France. Le rapport McKinsey « l'externalisation des services, une chance pour la France » de 2005 a démontré que les États-Unis gagnaient environ 10 cents pour chaque dollar d'activité externalisée. La France pourra-t-elle atteindre des résultats comparables ?

Avec plus de 25 milliards d'euros de CA, le secteur des services informatiques en France est l'un des plus importants au monde, tandis que l'offshore des services informatiques n'a représenté en 2008 qu'un milliard d'euros. C'est peu si l'on regarde les chiffres du Royaume-Uni et des États-Unis avec près de 15% du CA du secteur des services réalisé en offshore. Les marges de progression sont énormes !

L'offshore facilite l'internationalisation des entreprises et le développement de nouveaux marchés. Les bénéfices sont nombreux pour les entreprises et les individus en Europe et dans les pays destinataires de l'offshore.

// Pour l'Europe : une spécialisation plus forte, la libération des moyens et des ressources pour l'innovation, des nouveaux métiers qui apparaissent, des opportunités de carrière pour les professionnels du secteur des TIC, des économies disponibles pour des projets complexes ou stratégiques.

// Pour les pays destinataires de l'offshore : un investissement direct, des transferts de technologies et de savoir-faire, le développement de l'emploi, une amélioration de la gouvernance.

Utilisons ce potentiel offert par les pays du Sud pour développer la compétitivité de la France.

Jean-Pierre MARIACCIA
Directeur Associé Elecio Consulting
jean-pierre.mariaccia@elecio.fr

Planning 2009

Pour toute information et inscription,
 contactez nous au 0 825 74 17 81*
 Allez sur notre site internet : www.elecio.fr

*(15 cts / minute)

WORKSHOPS / CONFÉRENCES	DURÉE	INTERVENANTS	PARIS - 2009
WS1 Near shoring / off shoring des activités IT / BPO. Choisir un modèle et maîtriser les risques.	1 jour	Richard PEYNOT Jean-Pierre MARIACCIA	24 septembre
WS2 Management interculturel. Comprendre les différences culturelles pour manager efficacement dans la globalisation.	2 jours	Nathalie LOUX	8-9 octobre 17-18 décembre
WS3 New marketing of high tech products and services. How globalisation impacts marketing.	2 jours	Éric VIARDOT	8-9 octobre
WS4 Négociation stratégique. Les outils pour négocier dans un contexte multiculturel.	1 jour	Jean-Pierre MARIACCIA Michel RUDNIANSKI	17 septembre
WS5 Outils et pratiques de management pour l'offshore. Développer la culture de leadership et accompagner le changement.	2 jours	Nathalie LOUX Ihab GOURICH	10-11 décembre
WS6 Vendre des projets complexes aux Directions des Systèmes d'Information. Comprendre les enjeux et identifier les opportunités, mettre en œuvre une stratégie pour gagner, réussir le déploiement des grands projets. Parties 1 et 2.	2 jours	Jean-Pierre MARIACCIA Jean-Pierre DELOUCHE	22-23 octobre 19-20 novembre
WS7 Vendre des projets complexes aux Directions des Systèmes d'Information. Comprendre les enjeux et identifier les opportunités, mettre en œuvre une stratégie pour gagner, réussir le déploiement des grands projets. Partie 3.	1 jour	Jean-Pierre MARIACCIA Jean-Pierre DELOUCHE	26 novembre 10 décembre
WS8 L'outsourcing des activités IT. Préparation et mise en œuvre.	1 jour	Richard PEYNOT	23 septembre 18 novembre
WS9 L'offre mondiale dans les TIC. Améliorer la performance de l'entreprise avec les nouvelles technologies.	2 jours	Richard PEYNOT Jacques LASISZ	19-20 novembre
WS10 La crise financière : quelles conséquences ? Les stratégies pour préparer la reprise.	3 heures	Michel RUDNIANSKI	15 septembre
WS11 Les technologies d'une infrastructure VoIP pour l'offshore.	2 jours	François DE ROCHEBRUNE	19-20 novembre
WS12 Doper sa communication avec le PCM. Process Communication Management.	3 jours (2+1)	Georges GOLDMAN	14-15 septembre 9 octobre 26-27 novembre 17 décembre
WS13 Optimiser la protection sociale du personnel mobile. Identifier et couvrir les risques de la mobilité internationale.	1 jour	Laetitia MARIACCIA	21 octobre

Méthodes et moyens pédagogiques

Répondre à vos objectifs de formation et d'information

Conférence, atelier, formation : chaque thème traité est proposé selon une formule adaptée (public concerné, objectifs, durée, modalités pédagogiques).

Proposer des contenus d'actualité, denses et spécialisés

Des contenus de haut niveau et d'actualité sont élaborés à partir de l'expérience des intervenants. Le contenu des workshops s'appuie également sur les acquis des participants qui sont de vrais contributeurs de la formation.

Utiliser des pédagogies variées, adaptées à un public de responsables

Les modalités pédagogiques privilégient les exercices pratiques : mises en situations, exposés, échanges et témoignages de grands témoins, workshops et études de cas, jeux pédagogiques, moyens multimédia...

À savoir

Les workshops sont proposés selon une formule inter-entreprises. Nous pouvons également étudier avec vous des formules intra-entreprises.

Near shoring / off shoring des activités IT / BPO

Choisir un modèle et maîtriser les risques

INTERVENANTS : RICHARD PEYNOT ET JEAN-PIERRE MARIACCIA

DURÉE
1 jour

HORAIRES
9h-17h

PRIX
790 € *

* Prix HT par participant, documentation et forfait repas inclus.

Programme

// Comprendre le marché de l'offshore IT / BPO

- / Connaître les chiffres clés : CA, croissance France, Europe, USA
- / Identifier les destinations nearshore et offshore : les destinations qui montent
- / Qualifier les acteurs de l'offshore : typologie, stratégie, perspectives
- / Tirer les leçons de l'offshore : expériences réussies et échecs

// Maîtriser les enjeux, objectifs et les stratégies pour l'offshore

- / Identifier les enjeux de l'offshore : sociétés utilisatrices, SSII, éditeur de logiciel...
- / Repérer les modèles d'implantation : implantation directe, JV, accords de partenariat ; les tendances à moyen terme
- / Choisir sa méthode pour démarrer l'offshore : analyser l'opportunité et définir les critères
- / Évaluer les risques : pays, partenaire, organisation, management, culture

// Gérer un projet offshore

- / Difficultés et causes d'échec : le cas des Ressources Humaines
- / Bonnes pratiques et facteurs clés de succès : choix techniques, modes d'organisation, politiques RH, management
- / Le pilotage d'un projet offshore : organisation, relation, communication, suivi
- / Les pratiques collaboratives : l'utilisation des nouvelles technologies

// Évaluer les aspects économiques et financiers

- / La structure de coût d'un projet offshore
- / Les salaires et les taux de facturation en nearshore et offshore
- / L'analyse économique d'un projet offshore
- / Les défis à relever pour rentabiliser l'offshore

// Ateliers, échanges, témoignages : intervention d'un acteur public ou privé de l'offshore

- / Scénario type pour une SSII : comment intégrer l'offshore dans l'offre de service ? Les modèles d'implantation : risques et avantages, gérer la composante offshore de l'offre
- / Scénario type pour l'utilisateur : les étapes de la préparation, le projet offshore, communiquer sur le projet offshore

// Objectifs

- / Mettre à jour ses connaissances sur l'offshore informatique et BPO
- / Découvrir les tendances, chiffres, événements et faits majeurs
- / Connaître les stratégies offshores des principaux acteurs
- / Avoir les démarches et outils clés pour définir et mettre en œuvre une stratégie offshore
- / Découvrir le panorama des pays destinataires. Exemples : Maroc, Tunisie, Roumanie, Inde

// Public concerné

Dirigeants au sein d'une SSII, d'un éditeur de logiciel ou d'un opérateur BPO. Responsables Marketing ou du Développement, consultants internes. Responsables des achats au sein d'une entreprise utilisatrice des Systèmes d'Information. Responsables des Systèmes d'Information. Responsables chargés du projet offshore. Professionnels en charge d'activités offshore au sein de l'entreprise.

Management interculturel

Comprendre les différences culturelles pour manager efficacement dans la globalisation

INTERVENANTE : NATHALIE LOUX

DURÉE

2 jours

HORAIRES

9h-17h30

PRIX

1590 € *

* Prix HT par participant, documentation et forfait repas inclus.

Programme

// Objectifs

- / Identifier les malentendus liés aux différences culturelles
- / Connaître l'implication des différences culturelles dans le management et les relations professionnelles
- / Identifier les compétences à développer pour travailler avec des personnes de cultures différentes
- / Analyser et comprendre diverses stratégies de contacts avec des personnes de différentes cultures
- / Faciliter la communication, prévenir et gérer les conflits et malentendus en exerçant les médiations nécessaires
- / Être crédible dans toutes situations interculturelles et développer la confiance mutuelle
- / Construire un synoptique pays (activer un processus de recherche d'informations, construire une grille de lecture de la culture du pays, se débarrasser des stéréotypes et préjugés)

// Public concerné

Dirigeants ou Responsables en charge des opérations offshore. Dirigeants ou Responsables d'une filiale offshore. DRH, Responsables des Ressources Humaines. Responsables Marketing ou du développement. Consultants interne. Responsables des achats au sein d'une entreprise utilisatrice des Systèmes d'Information. Responsables des Systèmes d'Information. Responsables chargé du projet offshore. Professionnels en charge d'activités offshore au sein de l'entreprise.

// Les composantes du processus interculturel

- / Multiculturel ou interculturel ?
- / Les difficultés rencontrées en offshore
- / Le danger de l'ethnocentrisme
- / Le filtre culturel

// Les différents niveaux et sources de culture

- / Les 3 niveaux de culture : symboles, héros et rituels
- / Les valeurs, le curseur des valeurs

// Les sources de la culture selon Edward T. Hall

- / La langue (contexte riche ou pauvre)
- / Le rapport à l'espace (proxémie large ou courte)
- / Le rapport au temps (monochrome et polychrone)
- / Les grilles de compréhension d'une culture : élaboration de son profil culturel

// Les modèles interculturels de Geert Hofstede

- / La relation au pouvoir : distance hiérarchique courte ou longue
 - / Individualisme ou collectivisme
 - / Masculinité ou féminité
 - / La relation à l'incertitude : forte ou faible
- Influence de ces quatre dimensions sur la communication et le management dans un contexte offshore.**

// La typologie des différences culturelles selon Fons Trompenaars

- / Universalisme ou particularisme
 - / Individualisme ou collectivisme
 - / Objectivité / subjectivité
 - / Degré d'engagement diffus ou limité
 - / Statut attribué ou acquis
 - / Volonté de contrôle de la nature
- Influence de ces six dimensions sur la communication et le management dans un contexte offshore.**

// La réunion interculturelle

- / Éléments de préparation
- / Construire sa réunion : thèmes, objectifs, techniques d'animation, timing
- / Adapter la réunion aux objectifs : Information, Adhésion, Résolution de problème, Production par l'équipe
- / Comment faire avec les allemands, les anglais, les latins, les moyen-orientaux...

// Manager des équipes multiculturelles

- / Communiquer efficacement avec les principales cultures : conseil et erreurs à éviter
- / Le cas du Maghreb et du Moyen-Orient : comment manager efficacement ?
- / La prise d'initiative, le droit à l'erreur, la responsabilisation

New marketing of high tech products and services

WS3

How globalisation impacts marketing

SPEAKER : ÉRIC VIARDOT

DURATION

2 days

SCHEDULE

9h-17h30

FEEES

1990 € *

* Fees per participant , net of VAT, including documentation and lunch.

Programme

// Corporate strategy and marketing strategy in the High Tech industry

- / Corporate strategy in the High-Tech industry
- / Company's mission
- / Strategic Business Units (SBU): definition and choices
- / Allocation of resources
- / Development plans for new business activities

// Assessing customers' needs

- / Determining customer's buying behavior
- / Estimating demand
- / Identifying competitors

// Understanding competitors' strategies

- / Analyzing competitors' strategies
- / Finding information about competitors
- / Organizing competitive analysis

// Market segmentation and positioning for strategic advantage: the peculiarities of High Tech solutions

- / The source of innovation
- / The customer grouping approach
- / The breakdown approach
- / Segmentation and Time
- / High Tech product / service strategies
- / Managing the three high tech product components
- / Product strategy over the life cycle
- / Product line strategies

// Distributing and selling high tech products / services

- / Importance of market's size and type of products
- / Assessing channel cost level of control and flexibility
- / The selling value chain
- / Prospecting for high-tech buyers

// Promotion strategies for high tech products / services

- / Promoting high tech products
- / Setting and allocating the advertising budget
- / Corporate Advertising and P.R.

// Pricing for high tech products / services

- / The fundamentals of pricing decisions
- / The new pricing modes for high tech products/services
- / The renewed importance of 'Pricing to value'

// Objectives

This seminar is a specialized program designed to help participants to diagnose, analyze and solve marketing issues in businesses that have a substantial, rapidly changing technological content. This workshop will be helping participants to:

- / Increase their ability to adapt to changes in customers, competition, and external environment
- / Improve their capacity to design and implement effective marketing strategies for high-tech products and services
- / Develop their marketing decision-making skills

// Who should attend:

Sales & Marketing Managers.
Business developers, any manager in charge of designing, implementing and controlling a marketing strategy.

Négociation stratégique

Les outils pour négocier dans un contexte multiculturel

INTERVENANTS : JEAN-PIERRE MARIACCIA ET MICHEL RUDNIANSKI

DURÉE	HORAIRES	PRIX
1 jour	9h-17h30	990 € *

* Prix HT par participant, documentation et forfait repas inclus.

// Objectifs

Permettre aux acteurs d'une négociation :

- / De resituer cette négociation dans son contexte et mieux déterminer ainsi ses véritables enjeux
- / Comprendre les ressorts psychologiques souvent implicites des acteurs
- / Définir de façon rationnelle une stratégie de négociation permettant d'en optimiser les résultats

// Public concerné

Dirigeants, Managers qui souhaitent avec leurs pairs, progresser en négociation et s'approprier de nouvelles pratiques et outils, utiles à la négociation stratégique.

Programme

Fruit de la mondialisation, la concurrence accrue entre les entreprises implique pour celles-ci un degré de liberté encore plus diminué par les effets de la crise financière et économique qui se développe actuellement. Dans ces conditions, comment l'entreprise doit-elle s'y prendre pour négocier au mieux de ses intérêts ? Quels sont les outils qu'elle peut mettre au service de ses négociateurs ?

// Affronter les situations de négociations difficiles : les stratégies efficaces

- / Optimiser son efficacité personnelle en négociation
- / Négocier en cas d'agressivité ou de manipulation de l'autre partie
- / Désamorcer les résistances et gérer les conflits
- / Gérer les pièges des négociations multiples

// La négociation : une compétence stratégique pour l'entreprise

- / Les éléments caractéristiques d'un processus de négociation
- / Le rôle de la culture dans la négociation
- / Négocier de façon rationnelle : les outils de la Théorie des Jeux
- / La psychologie dans la négociation : les leçons de la Prospect Theory

// Cas de négociation stratégique

// Préparer et conduire une négociation stratégique : les meilleures pratiques

- / Choisir une stratégie de négociation : l'approche occidentale, l'approche chinoise
- / Maîtriser les outils de la préparation stratégique : les apports des écoles de négociation
- / Choisir ses tactiques de négociation : zone de repli, points de blocages, points de fixations, argumentation
- / Les leçons des négociations à forts enjeux : Camp David, Gatt, Oslo, Durban, négociations sociales en Europe en 2009

Outils et pratiques de management pour l'offshore

Développer la culture de leadership et accompagner le changement

INTERVENANTS : NATHALIE LOUX ET IHAB GOURICH

WS5

DURÉE	HORAIRES	PRIX
2 jours	9h-17h30	1990 € *

* Prix HT par participant, documentation et forfait repas inclus.

Programme

// Connaître les référentiels en management dans les services

- / Les fondements du management dans les services
- / La théorie du dauphin, l'océan bleu
- / Le management dans les services : le cas des services informatiques
- / Expériences réussies et échecs en management en offshore

// Faire le diagnostic de la gouvernance dans ses opérations offshore

- / Les composantes de la gouvernance : facteurs clé de succès et symptômes
- / Les échanges d'informations : processus et outils de communication
- / Le process de décision : top down, bottom up
- / Les instructions et le mode de suivi des collaborateurs
- / Les interactions avec les pairs et les supérieurs hiérarchiques

// Bâtir et déployer une stratégie de changement du mode de gouvernance

- / Repérer les faits : réunions inefficaces, mauvaise gestion du temps, peu de clarté...
- / Légitimer le changement : les actions auprès des managers, les enquêtes internes
- / Déployer et accompagner le changement dans les équipes
Élaborer les outils et formaliser les bonnes pratiques
- / Établir un référentiel de bonnes pratiques : conduite de réunion, entretiens, outils de reporting
- / Customiser les outils à chaque métier, à chaque situation
- / Bâtir un plan d'accompagnement de chaque manager : les différentes approches

// Coacher les managers pour accompagner le changement

- / Analyser les écarts requis / constatés : les méthodes pour évaluer et analyser les résultats : ratios-clés, grilles de performance
- / Savoir écouter en profondeur : les leçons du management situationnel
- / Écouter pour analyser les décalages : 7 principes-clés d'écoute active
- / Faire progresser ses managers : les erreurs à éviter, les facteurs de succès
- / Choisir l'action de coaching adaptée : faire un diagnostic, trouver une solution, gérer son stress

// Renforcer les compétences des managers par le coaching

- / Bâtir des programmes d'accompagnement des managers : les compétences clés à maîtriser
 - / Sélectionner les coaches internes et externes
 - / Les approches de coaching individuel : théories et pratique
 - / Les enseignements des techniques relationnelles : Schulz, Pnl, hypnose ericsonnienne, mentoring
- Séquence témoignage : un dirigeant expert de l'offshore interviendra pour illustrer une stratégie de changement de mode de gouvernance**

// Objectifs

- / Renforcer ses connaissances en Management
- / Acquérir des méthodes et des outils pour :
 - Faire le diagnostic « gouvernance » de ses opérations offshore
 - Définir et mettre en œuvre une stratégie de changement du mode de gouvernance
 - Former et coacher les managers de l'offshore

// Public concerné

Dirigeants au sein d'une SSII, d'un éditeur de logiciel ou d'un opérateur BPO, Consultants internes, Responsables des Systèmes d'information, Responsables chargés du projet offshore, Directeurs d'une filiale offshore, Directeurs de Projets.

Vendre des projets complexes des Systèmes d'Information

Comprendre les enjeux et identifier les opportunités, mettre pour gagner, réussir le déploiement des grands projets

INTERVENANTS : JEAN-PIERRE DELOUCHE ET JEAN-PIERRE MARIACCIA

DURÉE

3 jours (2+1)

HORAIRES

9h-17h30

Programme

// Objectifs

Enrichir son répertoire en outils, démarches, bonnes pratiques de développement commercial pour :

- / Être les premiers à saisir les nouvelles attentes des DSI et prendre un avantage décisif face aux concurrents en changeant les règles du jeu commercial
- / Cibler au mieux prospects et opportunités sur les marchés High Tech, maîtriser les groupes de décisions complexes
- / Vendre la valeur de vos solutions
- / Accompagner le déploiement des projets et coacher ses équipes projets
- / Devenir leader d'opinion dans son secteur d'activité

// Public concerné

Directeurs Commerciaux & Marketing ou de Business unit, Ingénieurs d'affaires confirmés, Directeurs de projet, Directeurs des Ventes. Vous maîtrisez les approches et les méthodes de la vente d'affaires à haut niveau.

L'ère nouvelle dans laquelle nous entrons est celle de l'accélération.

Une situation concurrentielle inédite est née de la mondialisation de l'économie, et de la fin de l'avantage coût par la production de masse dans les pays développés. Les efforts des offreurs de technologie portent maintenant sur l'innovation pour créer de nouveaux marchés et développer les premiers un avantage concurrentiel déterminant et dans ce contexte, la prime de performance revient à la vitesse.

Les acteurs du développement commercial dans les entreprises du secteur des technologies de l'information et de la communication, jouent un rôle clé pour inscrire la vitesse de changement de leur entreprise, de son activité, de ses processus et de ses hommes, de sa stratégie commerciale et marketing dans celle d'un monde en pleine transformation et qui connaît des crises de toute nature.

L'ambition de ce workshop est donc d'aider les participants à prendre de la hauteur, à faire grandir leurs compétences et à gagner en anticipation et en vitesse sur le management de ces transformations afin d'en faire de véritables opportunités de croissance.

// Partie 1 : comprendre les enjeux de la DSI et identifier les opportunités

Comment identifier avant ses concurrents les attentes latentes de ses clients pour s'en servir de points d'appuis dans le processus de création de valeur ?

- / Intégrer le changement du contexte des affaires
- / Mesurer l'impact l'évolution des organisations sur la DSI
- / Écouter la voix des clients : les attentes de la DSI et les freins au changement

Comment créer les conditions pour transgresser le moment venu les règles compétitives implicites pour une meilleure satisfaction de ses clients ?

- / Repérer les règles du jeu commercial
- / Agir sur la perception du client : les 5 piliers de la gouvernance du DSI
- / Développer une agilité commerciale

Comment choisir ses clients pour être en place chez les champions du marché ?

- / Évaluer l'attractivité des clients
- / Mesurer sa position concurrentielle chez chaque client
- / Cibler son effort commercial sur les trois types de client : or, argent, bronze

en œuvre une stratégie

(parties 1 et 2 + partie 3)

PRIX
1540 € *
Parties 1 et 2
WS6

PRIX
790 € *
Partie 3
WS7

PRIX
2190 € *
Parties 1, 2 & 3
WS6 + WS7

* Prix HT par participant, documentation et forfait repas inclus.

// Partie 2 : mettre en œuvre la stratégie pour gagner

Comment se positionner stratégiquement dans les groupes de décision pour accélérer et faire naître les grands projets de demain ?

- / Comprendre l'organisation de la DSI et le rôle des acteurs
- / Cerner les attentes spécifiques de chacun : 10 critères de décision d'achat du DSI
- / Qualifier le processus de décision des grands projets
- / Évaluer attractivité, faisabilité et compétitivité pour chaque projet
- / Établir un discours différencié, répartir ses efforts pour atteindre ses objectifs : la cartographie d'influence

Comment estimer, améliorer et exprimer avec conviction la valeur créée par une solution pour répondre à la gouvernance de la DSI ?

- / Maîtriser l'étude des risques : l'approche par le calcul des différentiels
- / Estimer la valeur de l'investissement pour le client, calculer un TCO, un ROI
- / Convaincre et communiquer la valeur, rédiger un executive summary
- / Réussir la soutenance de ses projets : l'executive summary meeting

// Partie 3 : réussir le déploiement des grands projets

Comment bien piloter ses projets pour assurer le «ré-achat» ?

- / Mettre en place le système de pilotage des projets : le modèle PCD
- / Faciliter l'adoption de ses solutions par les utilisateurs
- / Favoriser la culture du changement : accompagner les résistances
- / Les 5 facteurs de réussite d'un projet

Comment coacher la performance et les progrès de l'équipe projet pour en faire un point de référence ?

- / Être le coach de l'équipe projet
- / Développer la flexibilité
- / Suivre les projets : les différents types de revue de projet

Comment développer son leadership, sa vision, et animer son influence sur les acteurs du marché ?

- / Identifier la macro tendance et construire un « tableau tendanciel »
- / Analyser et évaluer son pouvoir d'influence sur son marché
- / Développer son influence

L'outsourcing des activités IT

Préparation et mise en œuvre

INTERVENANT : RICHARD PEYNOT

DURÉE	HORAIRES	PRIX
1 jour	9h-17h30	790 € *

* Prix HT par participant, documentation et forfait repas inclus.

// Objectifs

Permettre aux Dirigeants et responsables des stratégies d'Outsourcing de :

- / Analyser les enjeux de l'externalisation
- / Comprendre le marché des services informatiques et analyser l'offre d'externalisation
- / Préparer et mettre en œuvre les actions de sourcing

// Public concerné

Directeurs des systèmes d'information n'ayant pas ou très peu externalisé. Directeurs des opérations, directeurs des études. Responsables de domaines informatiques (infrastructure, service desk, développement, intégration). Responsables de stratégie de sourcing informatique. Acheteurs de prestations de services informatiques. Responsables des achats.

Programme

À l'heure où les économies d'Europe du sud rattrapent leur retard face aux pays anglo-saxons en matière d'externalisation, l'outsourcing des activités IT devrait connaître une accélération en Europe. Afin d'accompagner ce processus, ce workshop offre aux DSI et Directions de l'Organisation dans les entreprises un temps précieux de réflexion et d'échange pour préparer efficacement une stratégie d'externalisation de l'IT dans leur entreprise.

// Les enjeux de la DSI et la place de l'externalisation

- / Les enjeux de la DSI et la composante externalisation
- / Pourquoi externaliser ?
- / Les difficultés récurrentes
- / La problématique actuelle
- / Le cycle de sourcing

// Les modèles d'externalisation

- / Le modèle eSCM

// Comprendre le marché et l'offre d'externalisation

- / L'écosystème informatique et la place des services
- / Données (Monde, Europe, France)
- / L'offshore
- / Restructuration des SSII, évolution des offres, industrialisation, GDM
- / Évolution et consolidation du marché, fusions-acquisitions

// Mettre en œuvre le cycle de sourcing

Rappel des étapes du cycle :

- / Phase 1 : définir les objectifs et la stratégie
- / Phase 2 : définir le programme d'externalisation
- / Phase 3 : rechercher des prestataires de service
- / Phase 4 : transition
- / Phase 5 : gestion, contrôle et mesure

Témoignage d'une société ayant mené un important programme d'externalisation.

L'offre mondiale dans les TIC

Améliorer la performance de l'entreprise avec les nouvelles technologies

INTERVENANTS : RICHARD PEYNOT ET JACQUES LASISZ

DURÉE	HORAIRES	PRIX
2 jours	9h-17h30	1790 € *

* Prix HT par participant, documentation et forfait repas inclus.

Programme

// Partie 1 : le marché informatique

Les acteurs et l'écosystème

- / Dépenses informatiques - données et répartition
- / Acteurs et chaîne de valeur

Le marché des logiciels et des matériels

- / Données
- / Structuration et acteurs
- / Applications d'entreprise
- / Logiciels d'infrastructure et middleware
- / L'alternative Open Source

Le marché des services informatiques

- / Données
- / Structuration et acteurs
- / Restructuration des SSII, évolution des offres, industrialisation, GDM et offshore

Perspectives

- / Fusions et acquisitions, consolidation du marché
- / Données boursières
- / Start-up émergentes

// Partie 2 : Les enjeux des télécommunications

Les acteurs et l'écosystème

- / Dépenses télécoms - Données et répartition
- / Acteurs et marché

La voix fixe et les PABX

- / Structuration et acteurs
- / Enjeux dans l'entreprise
- / La VoIP, la ToIP, le Centrex
- / Perspectives et cas réels d'évolution

Les mobiles voix et data

- / Structuration et acteurs
- / Potentiels d'économie
- / La convergence
- / Perspectives et cas réels de négociation

La data

- / Acteurs et offres
- / Réseaux nationaux et internationaux
- / Perspectives et exemples de consultation

L'externalisation

- / Enjeux et perspectives

// Objectifs

Permettre aux Dirigeants et managers des entreprises du secteur des TIC et des responsables de la DSI de mettre à jour leur savoir sur le marché, l'offre et les acteurs du marché mondial des TIC.

// Public concerné

Directeurs des systèmes d'information. Responsables de domaines informatiques (infrastructure, service desk, développement, intégration). Responsables de stratégie de sourcing informatique. Acheteurs de prestations de services informatiques. Responsables des achats, Directeurs des achats. Directeurs des opérations. Chefs de projet, directeurs de projets informatiques

La crise financière : quelles conséquences ?

Les stratégies pour préparer la reprise

INTERVENANT : MICHEL RUDNIANSKI

DURÉE

3 h

HORAIRES

17h-20h

PRIX

290 € *

* Prix HT par participant, documentation et cocktail inclus.

Programme

// Objectifs

Permettre aux participants de mieux :

- / Comprendre les mécanismes de développement et de diffusion à l'économie de l'actuelle crise financière
- / Cerner les conséquences pour les entreprises
- / Saisir les incidences géopolitiques

// Public concerné

Dirigeants ou responsables dans les entreprises publiques ou privées qui souhaitent affiner leurs analyses du contexte de la crise mondiale et mieux anticiper ses conséquences.

La crise financière engendrée par les subprimes américains n'en finit pas de se développer et contamine lourdement l'économie mondiale dont le ralentissement s'est considérablement accentué ces dernières semaines. Comment les mécanismes de diffusion de la crise fonctionnent-ils ? Quelles sont les similitudes et les différences avec les précédentes crises financières ? Que peut-on en attendre pour l'économie mondiale et le développement des entreprises ? Doit-on s'attendre à une redistribution des cartes géopolitiques ?

// De l'économie réelle à l'économie casino

- / Le rôle du crédit dans les théories économiques
- / Le développement des instruments financiers
- / Anticipations auto-réalisatrices et retournements de tendance : comment survient la crise ?

// Les crises précédentes et la crise actuelle : similitudes et différences

- / La grande crise de 29
- / Le Krach de 87, la crise asiatique (1997) et l'éclatement de la bulle Internet (2001)
- / Les caractéristiques de la crise actuelle

// Les impacts sectoriels sur l'économie mondiale

- / Matières premières
- / Secteur manufacturier
- / Services

// Vers une redistribution des cartes géopolitiques : scénarios

- / Les effets régionaux de la crise
- / Scénario 1 : le déclin américain
- / Scénario 2 : le retour de l'Oncle Sam

// Les stratégies pour préparer la reprise

- / Quelles pistes pour une sortie de crise ?
- / Le cas des secteurs des TIC, de l'énergie, du BTP

Les technologies d'une infrastructure VoIP pour l'offshore

INTERVENANT : FRANÇOIS DE ROCHEBRUNE

DURÉE
2 jours

HORAIRES
9h-17h30

PRIX
1490 € *

* Prix HT par participant, documentation et forfait repas inclus.

Programme

// Généralités

- / La problématique de la Voix sur IP
- / Téléphonie par circuits versus téléphonie par paquets
- / Les phases du déroulement d'une communication téléphonique
- / Les enjeux économiques de la ToIP
- / Les différentes architectures de ToIP
- / La ToIP sur mobile
- / Les produits du marché

// Les contraintes de la ToIP

- / La numérisation de la parole : échantillonnage, quantification et codage
- / Les codecs :
 - normalisation ITU et brevets
 - codecs libres
- / Les protocoles de signalisation
- / La qualité de service :
 - qualité de services fonctionnels
 - qualité de la parole téléphonique

// Le protocole SIP

- / Historique, compatibilité et modularité
- / Architecture et composants
 - serveurs d'enregistrement,
 - de localisation,
 - de redirections et proxy
- / Les terminaux logiciels et matériels
- / Les abonnés : l'adressage SIP
- / Les messages de commande
- / Les messages de réponses
- / Illustration pratiques : analyse des flux réseaux de la signalisation
- / Les paramètres de la session : le protocole SDP

// La qualité de service

- / Les éléments de la qualité :
 - le délai de transit, la gigue, l'écho
 - la synchronisation des composants via NTP
- / Les protocoles de transport :
 - les protocoles RTP et RTCP
 - les limitations des protocoles de transport dans la qualité de service
- / Le contrôle de la qualité de service au niveau réseau :
 - les services IntServ et la réservation de ressources avec RSVP
 - les services DiffServ : le Per-Hop Behaviour
 - utilisation du ToS en IPV4

// Architectures et sécurité

- / Les options lors de l'intégration voix-données
- / Origine des vulnérabilités : les protocoles, les logiciels, les OS, l'infrastructure, les humains
- / Les attaques et outils :
 - mise sur écoute, analyse de trames, dénis de services et injections de trames
 - liste d'outils de tests proactifs
- / Les mécanismes de protection

// Objectifs

- / Comprendre les technologies de la Voix sur IP
- / Comprendre les contraintes techniques des infrastructures réseaux
- / Préparer à mettre en place un système de téléphonie multi-sites

// Public concerné

Directeurs des systèmes d'information.
Responsables de domaines informatiques (infrastructure, service desk, développement, intégration).
Chefs de projet, Directeurs de projets informatiques.

Doper sa communication avec le PCM

Process Communication Management

INTERVENANT : GEORGES GOLDMAN

DURÉE	HORAIRES	PRIX
3 jours (2+1)	9h-17h30	2 350 € *

* Prix HT par participant, questionnaires PCM, documentation et cocktail inclus.

// Objectifs

- / Connaître son type de personnalité et identifier ceux des autres
- / Comprendre les effets des différents modes de communication
- / Adapter son mode de communication et de management à ses interlocuteurs.
- / Prévoir les comportements types d'échec quand les besoins psychologiques ne sont pas satisfaits
- / Identifier et satisfaire ses besoins psychologiques et ceux des autres
- / Détecter les signaux précurseurs d'une mauvaise communication et y remédier

// Public concerné

Dirigeants, Managers, Responsables désireux d'améliorer la qualité de leur communication avec leurs collaborateurs, pairs, et partenaires.

Programme

La Process Communication apporte aux managers des clés leur permettant :

- / D'adapter leur management à celui de leurs collaborateurs
- / De développer un langage commun et la cohésion et la motivation de leur équipe
- / D'améliorer l'efficacité des réunions
- / D'anticiper et mieux gérer les conflits

// Contenus

- / Connaître les bases du modèle et de son mode de fonctionnement
- / Savoir repérer les six types de personnalité
- / Prendre connaissance de son inventaire de personnalité qui est une information objective, dénuée de tout jugement de valeur, sur son type de personnalité et un descriptif de son mode de fonctionnement
- / Assurer ce qu'on appelle dans le modèle, une communication positive
- / Etudier les situations de stress, les trois niveaux de méta communication et les comportements d'échecs qui leurs sont associés
- / Détecter les comportements sous stress, les niveaux de méta communication et les mécanismes d'échec associés, et avoir les clés pour en sortir
- / S'entraîner pour faciliter l'intégration du modèle

// Pédagogie

- / Apports de connaissances sous des formes diverses (redondance)
- / Vidéo
- / Écoute
- / Mise en pratique

// Déroulement

- / Chaque participant reçoit avant la formation un questionnaire à renseigner sur internet et à retourner à Kahler Communication France (dépositaire du modèle). Le rapport est remis au formateur certifié Process Com qui le remet et commente en stage.
- / Le workshop se déroule en 2 jours plus 1 jour quelques semaines plus tard. Cette formule vise à ne pas mobiliser trop longtemps les participants, à leur permettre d'intégrer sans surcharge le contenu et à pratiquer durant l'intersession.

Optimiser la protection sociale du personnel mobile

Identifier et couvrir les risques de la mobilité internationale

INTERVENANTE : LAETITIA MARIACCIA

DURÉE

1 jour

HORAIRES

9h-17h30

PRIX

790 € *

* Prix HT par participant, documentation et forfait repas inclus.

Programme

// Evolutions des politiques d'expatriation

- / Perceptions
- / Nationalités
- / Rémunération

// Les salariés mobiles internationaux :

- / Distinction entre : détachement, expatriation, transfert au sens du droit du travail et du droit social
- / Les différentes formes de mobilités internationales : avantages et inconvénients
- / Détachement et expatriation : effectifs, durée, conséquences, assiettes des cotisations françaises, CSG/CRDS, bulletin de paie
- / Impatriés dans le cadre de la prestation de services

// Les principes d'assujettissement en mobilité internationale

- / Les sources légales et conventionnelles
- / Salariés détachés dans l'Espace Economique Européen (EEE) et hors EEE
- / Salariés expatriés dans l'EEE et hors EEE
- / Impatriés

// Les régimes sociaux de base

- / L'assurance maladie maternité : publique / privée
- / Chômage (auprès du GARP)
- / Retraite

// La protection sociale complémentaire :

- / Des détachés, expatriés, impatriés
- / Prévoyance, frais de santé, retraite, assistance/rapatriement
- / Les pools
- / Les sociétés de gestion dites offshore

Un avocat expert de la protection sociale interviendra aux côtés de Laetitia Mariaccia

// Objectifs

Permettre aux Responsables et Managers en charge de la politique RH internationale de cartographier : populations concernées, enjeux stratégiques, contraintes légales et conventionnelles, axes possibles d'optimisation et solutions d'assurances

// Public concerné

Directeurs et Responsables des Ressources Humaines, Responsables Rémunération et compensation, People Development Manager ou tout responsable impliqué dans la mise en œuvre de la politique de rétribution des collaborateurs sur l'international.

Elecio Consulting

Conseil en développement des compétences

QUI SOMMES-NOUS ?

Elecio consulting est un cabinet de conseil spécialisé dans l'accompagnement des entreprises et des organisations sur la zone « Europe-Méditerranée- Moyen-Orient- Afrique du Nord ». Nous apportons à nos clients des solutions sur mesure en conseil, formation et recrutement dans 3 domaines :

// Les stratégies offshores et le développement international

- / Réaliser des études d'opportunité pour le déploiement des stratégies offshore
- / Accompagner la mise en œuvre des stratégies offshore dans la zone Maghreb
- / Accompagner le développement commercial et la croissance des entreprises dans la zone Méditerranée-Afrique, Maghreb, Moyen-Orient

// La séduction et la fidélisation des collaborateurs

- / Chasser, recruter, et suivre l'intégration des collaborateurs dans l'entreprise
- / Accompagner la fonction RH dans la zone Maghreb, Moyen-Orient
- / Evaluer, former, accompagner, coacher, et développer les collaborateurs dans l'entreprise

// Le développement de la performance

- / Réaliser des audits de la performance managériale et commerciale
- / Améliorer l'efficacité des managers et de leurs équipes dans des situations à forts enjeux (transformation de l'entreprise, changement de pratiques, appropriation d'outils, marchés tendus...)
- / Développer les compétences en management de la relation client en BTB
- / Renforcer les compétences en vente et négociation d'affaires à forts enjeux

// Nous vous apportons...

- / Une connaissance intime de la zone Méditerranée - Afrique du Nord
- / Une expérience internationale acquise auprès d'entreprises de premier plan
- / Des réponses adaptées à votre contexte
- / Une forte proximité culturelle
- / Un réseau établi sur la zone
- / Une organisation qui ajuste son fonctionnement en fonction du client
- / Une approche sur mesure fondée sur une démarche projet partagée

// VOS CONTACTS

// À Paris

Jean-Pierre MARIACCIA
Tél. : + 33 (0)6 83 70 66 91
jean-pierre.mariaccia@elecio.fr

// À Casablanca

Fatima SOLTANI
Tél. : + 212 (0)6 71 78 92 85
fatima.soltani@elecio.fr

Elecio Consulting est membre de Syntec Informatique.

Pour toute question

Contactez nous au 0 825 74 17 81*

allez sur notre site internet : www.elecio.fr

*(15 cts / minute)

Les intervenants

Les formations d'Elecio Consulting sont assurées par des spécialistes reconnus.

JEAN-PIERRE DELOUCHE

Jean-Pierre a eu des responsabilités de Direction Commerciale dans des entreprises de premier plan du secteur de l'informatique, avec plus de 25 ans d'expérience dans la vente de projets complexes en environnement High Tech. Il a travaillé chez Schlumberger, Digital Equipment EMC2, Crystal Décision et a été Directeur Commercial et Marketing de Stratus France.

Il est titulaire d'un diplôme d'Ingénieur en Techniques de Commercialisation de Polytech'Lille et expert en élaboration de stratégies de comptes et de revues de compte.

GEORGES GOLDMAN

Georges est formateur et coach certifié en Process Communication.

Il est également coach certifié Transformance (Vincent Lenhardt), formé à l'Analyse Transactionnelle et certifié Interqualia (bilan de santé émotionnelle au travail).

Il anime de très nombreuses formations au management et au développement personnel depuis plus de 30 ans.

IHAB GOURICH

DEA en Droit international de l'université de Nancy, Ihab a exercé des responsabilités de cadre en RH puis de Responsable Ressource humaines au sein de multinationales au Maroc. Il a dirigé la fonction RH au sein d'un leader mondial des services informatiques au Maroc.

Il est expert en Conduite de projet de GPEC, de Management RH au sein des SSI : administration, gestion et communication, recrutement

Il intervient aujourd'hui en conseil et formation auprès des entreprises

JACQUES LASISZ

Diplômé de l'ESSEC et titulaire d'un doctorat de gestion, Jacques après 12 années passées chez IBM à des postes de management, a pris la direction du Marketing de France Télécom.

Il fut Directeur de la Stratégie et du Développement de Cable & Wireless Europe et Directeur Général d'Equant. Fondateur et associé de PPM6 et ISAEI, cabinets de conseil, il est également professeur vacataire à Paris IX Dauphine,

à l'ESSEC et à HEC. Jacques Lasisz a rédigé un ouvrage sur l'externalisation des télécommunications.

NATHALIE LOUX

Diplômée en Droit et en Sciences Politiques, Nathalie a occupé des fonctions de cadre bancaire puis de co-Directeur d'une école supérieure de commerce. Puis elle a été successivement Consultant Senior et manager au sein d'un grand cabinet de conseil et de formation américain.

Universitaire, elle est associée en France, au Luxembourg et au Maroc en management, en négociation interculturelle et en ressources humaines. Elle est l'auteur de plusieurs ouvrages et articles sur le temps et les priorités, sur le protocole français et le management. Le prochain livre, en cours d'écriture, sera intitulé *Négociation raisonnée et management interculturel*.

JEAN-PIERRE MARIACCIA

Jean-Pierre a occupé des fonctions d'Ingénieur d'Affaires, de Manager, de Directeur Général dans l'informatique, les télécommunications. Puis il a été successivement Consultant, Consultant Senior et Directeur Général de la filiale Maroc au sein d'un grand cabinet de conseil et de formation européen. Il est aujourd'hui Directeur Associé d'Elecio Consulting et pilote de nombreux projets de conseil, formation et recrutement dans un environnement international.

LAETITIA MARIACCIA

Diplômée de l'École Supérieure d'Assurance et titulaire d'un Master en Sciences de gestion du CNAM, Laetitia a été responsable de l'activité « mobilité internationale » au sein d'un groupe d'assurance spécialisé dans la protection sociale. Elle a également été Conseil en solutions « expatriation » au sein du cabinet Mercer. Elle intervient comme conférencière et comme conseillère sur des problématiques de protection sociale et de mobilité internationale.

RICHARD PEYNOT

Richard a occupé des fonctions de développeur, chef puis Directeur de Projet Informatique pendant 13 ans dans une

société de services. À la DSI de PSA Peugeot Citroën, il a piloté l'introduction de nouvelles technologies chez PSA. Il a ensuite été Analyste au cabinet Forester Research. Il est aujourd'hui Analyste et Consultant, spécialisé dans l'outsourcing, l'offshore et l'évolution de la DSI.

FRANÇOIS DE ROCHEBRUNE

François a acquis 25 ans d'expérience dans le domaine de l'informatique et des télécoms.

Il a une large connaissance technique comme contributeur de projets Open Source et de Voix sur IP. Il est Consultant en systèmes d'information et dirige Étoile DiÈse, une société spécialisée dans la fourniture de services de téléphonie en mode ASP.

MICHEL RUDNIANSKI

Michel cumule plus de 25 ans d'expérience comme enseignant, chercheur et consultant. Il est titulaire d'un Doctorat d'Automatique et d'une Maîtrise d'Histoire. Il est Directeur Académique des Masters Internationaux en Management à l'Institut International du Management du Conservatoire National des Arts et Métiers. Il est aussi chargé d'enseignement à HEC Expert à l'APM et Président d'Honneur de l'ARESAD.

C'est l'un des principaux experts mondiaux dans le domaine de l'aide à la décision et de ses applications à la stratégie, l'organisation, et les situations de négociation.

Il est auteur de nombreux ouvrages.

ÉRIC VIARDOT

Diplômé PHD, HEC et IEP Paris, Éric est Consultant International et Professeur de Stratégie Internationale au Ceram Sophia Antipolis. Il a plus de 20 ans d'expérience dans le Conseil en Marketing et en Stratégie. Il a été Consultant en Stratégie chez Bain & Company.

Il intervient aujourd'hui en Conseil en Stratégie et Marketing, anime des conférences, des séminaires et cycles de formation pour dirigeants en France et à l'international.

Il conseille régulièrement des entreprises multinationales comme France Télécom, HP, Dow Corning...

Fiche d'inscription

À photocopier, une par participant.
Pour toute information et inscription,
contactez nous au 0 825 74 17 81*
Allez sur notre site internet : www.elecio.fr

*(15 cts / minute)

À retourner par mail à :
workshop2009@elecio.fr
ou par fax au :
+33 (0)1 45 89 30 21
ou par courrier, accompagnée
du règlement à l'adresse suivante :
Elecio Consulting
41, rue Barrault
75013 Paris

WORKSHOP

ENTREPRISE

Code du workshop //

Raison sociale //

Date de votre choix //

Adresse //

Nom et fonction du responsable //

PARTICIPANT

e-mail //

Prénom //

Téléphone //

Nom //

Adresse de facturation*

(Si un organisme collecteur est à facturer, joindre l'accord de prise en charge)

Fonction //

SIGNATURE

e-mail //

**Nous déclarons avoir pris connaissance et approuvé
les modalités d'inscription et d'annulation ci-dessous**

Téléphone //

Nom //

Tarif par participant
(indiquer le montant HT) //

À // Le //

Le chèque de paiement est à libeller au nom
d'Elecio Consulting, 41, rue Barrault 75013 Paris.
Pour les paiements par virement, nous consulter.

Signature et cachet

Inscription : votre inscription ne devient définitive qu'après réception du règlement correspondant. Une facture correspondante sera adressée ultérieurement. Le coût intègre la participation, les supports de formation, les pauses café et déjeuners.

Conditions de substitution, d'annulation et de remboursement : les substitutions de participants sont acceptées au plus tard 2 jours ouvrables avant la date du séminaire et l'annulation 10 jours ouvrables avant la date. En deçà, Elecio Consulting conservera 100% du montant de l'inscription.

Les workshops Elecio Consulting peuvent être pris en charge au titre de la formation professionnelle continue (N° déclaration d'activité Formation Elecio Consulting : 1175 42209 75).

Elecio Consulting,
41, rue Barrault, 75013 Paris
tél. : +33 (0)1 45 89 02 60
fax : +33 (0) 1 45 89 30 21
www.elecio.fr

Sarl au capital de 8 000 €
n° de formation : 1175 42209 75
RCS PARIS : B 498 714 070

CONDITIONS DE PARTICIPATION

// Conditions d'inscription

Nous vous demandons de nous adresser votre inscription au moins 10 jours avant la tenue du workshop. Votre inscription ne devient définitive qu'après réception du règlement correspondant au workshop. Le maintien des workshops dépend d'un nombre minimum de participants. Si un workshop n'est pas maintenu, votre droit d'inscription est reporté indéfiniment sur l'année en cours ou l'année suivante ou remboursé selon votre choix.

// Coût

Le coût intègre la participation, les supports de formation, les pauses café et déjeuners. Une facture correspondante vous est adressée après la tenue du workshop. Les autres frais de séjour et de déplacement sont à votre charge.

// Conditions de substitution, d'annulation et de remboursement

Les substitutions de participants sont acceptées au plus tard 2 jours ouvrables avant la date du séminaire et l'annulation 10 jours ouvrables avant la date. En deçà, Elecio Consulting conservera 100% du montant de l'inscription.

// Financement

Les workshops Elecio Consulting peuvent être pris en charge au titre de la formation professionnelle continue (N° déclaration d'activité Formation Elecio Consulting : 1175 42209 75).

Accès au lieu de formation

À deux pas du Trocadéro et des Champs Élysées, vous êtes plongé au cœur d'un quartier alliant les affaires, les commerces et la culture... Palais de Chaillot, Palais de Tokyo, Musée Guimet, sans oublier la Tour Eiffel !

Centre d'affaires ATEAC

**Paris Iéna
28, rue de l'Amiral Hamelin
75016 Paris
Tél. : + 33 (0)1 49 52 60 10
Fax : + 33 (0)1 47 55 74 25**

Métro / RER

**Charles de Gaulle Étoile (RER A)
Iéna (ligne 9)
Boissière (ligne 6)**

Parking

**Parking sous l'immeuble
Parking public au 69, avenue Kléber**



Elecio Consulting,
41, rue Barrault, 75013 Paris
tél. : +33 (0)1 45 89 02 60
fax : +33 (0) 1 45 89 30 21
www.elecio.fr
Sarl au capital de 8 000 €
n° de formation : 1175 42209 75
RCS PARIS : B 498 714 070

