

Catalogue de Formation

2022 - 2023



LEARN



EXPERIMENT

**ACCELERATE
YOUR
GROWTH**



EVALUATE

Consulting

Training

SFE Digital Solutions



Cher Partenaire,

Le Cabinet BRIDGE CONSULTING & PARTNERS est un cabinet de conseil et de formation spécialisé dans les domaines du Marketing du Développement commercial, du Management et de la Gestion Financière.

Depuis 2013, nous accompagnons les Institutionnels, les PME – PMI et les grandes entreprises dans l'amélioration de leurs perfor-

mances grâce à notre réseau d'experts basés au Cameroun et à l'international qui ont choisi de mettre leurs compétences au service du développement et du renforcement des capacités en Afrique.

Afin d'assurer une meilleure appropriation de nos modules et garantir un retour sur investissement à nos clients, nous avons mis en place la méthode de formation « LEE » (Learn-Experiment-Evaluate) qui consiste à évaluer les personnes formées à travers des cas pratiques un mois après la session en présentiel avant de leur remettre les certificats de participation.

Nous sommes heureux de vous présenter notre catalogue des formations* que nous mettons à votre disposition pour la période allant de Septembre 2022 à Décembre 2023.

Notre équipe est à votre disposition pour répondre à vos besoins de formations sur-mesure et sera honorée de vous compter parmi nos clients.

Bonne Lecture.

Gilles Seraphin ENGOLO

DIRECTEUR GENERAL

** Ce catalogue est non exhaustif et sera mis à jour régulièrement pour s'adapter aux besoins du marché.*



ALEXANDRE SIEWE LEUPI

COMMUNICATION

- ◆ Expert en Stratégie de Communication, Relations Publiques, Stratégie des Réseaux sociaux et de la gestion des Media
- ◆ Directeur de la Communication de la CAF
- ◆ Ex Directeur Marketing et de la Communication ENEO
- ◆ Ex Journaliste chez RFI et JEUNE AFRIQUE
- ◆ +22 ans d'expérience



CHARLES ELAME

STRATEGIE COMMERCIALE

- ◆ Expert en Stratégie Commerciale
- ◆ Ex Directeur Général Export Afrique Francophone, UNILEVER
- ◆ Ex Directeur Général Marché Partenaires, DIAGEO
- ◆ Ex Directeur des Ventes GUINNESS Cameroun
- ◆ Ex Directeur Général de la Distribution et du Mobile Money, MTN Cameroun
- ◆ Ex Senior leader Customer Marketing, Commercial, COCA COLA
- ◆ +24 ans d'expérience



JEAN CHRISTOPHE BOBDA

MARKETING STRATEGIQUE

- ◆ Expert en Marketing Stratégique et Business Intelligence
- ◆ Directeur Commercial MTN Benin
- ◆ Ex Directeur Marketing Segment Consommateurs, MTN Congo
- ◆ Ex Senior Manager Business intelligence, MTN Cameroun
- ◆ Ex Chef du Département Marketing ORANGE Cameroun
- ◆ +20 ans d'expérience



AMADOU KOUOTOU

EFFICACITE COMMERCIALE

- ◆ Expert en Excellence Commerciale
- ◆ Directeur Régional, WILLIAM GRANTS & SONS
- ◆ Ex Directeur Régional de Ventes Afrique Centrale, DIAGEO
- ◆ Ex Directeur des Opérations Marketing Afrique Centrale, COGALTE
- ◆ Ex Brand Manager Afrique Centrale, NESTLE Cameroun
- ◆ +24ans d'expérience



PATRICK FOMETHE

EXPERTISE FINANCIERE

- ◆ Expert Financier
- ◆ Ex Directeur associé de la trésorerie, WILLIS TOWER
- ◆ Ex Directeur Mondial de la trésorerie, FNZ Group Royaume Uni
- ◆ Ex Directeur de la trésorerie Europe et Moyen Orient, ARROW Electronics Royaume-Uni
- ◆ Ex Directeur de la Trésorerie, FASTJET Royaume Uni
- ◆ Ex Cash Manager, TUI France
- ◆ +17ans d'expérience

I. COMMUNICATION

Pg 6 à 7

- ◆ Prendre la parole avec impact
- ◆ Media training
- ◆ Communication de crise

II. VENTE

Pg 8 à 9

- ◆ Techniques de vente
- ◆ Territory Management (Gestion de Territoire de vente)
- ◆ Key Account Management (Gestion de compte clefs)

III. DISTRIBUTION

Pg 10 à 11

- ◆ Les fondamentaux du RTM
- ◆ Les fondamentaux du Distributor Management (Gestion des Distributeurs)
- ◆ Construire une stratégie Trade Marketing Efficace

IV. GESTION ET COMMUNICATION DES MARQUES

Pg 12 à 14

- ◆ Les fondamentaux de la communication de marque
- ◆ Construire un programme de fidélité efficace
- ◆ Comment utiliser les influenceurs pour bâtir sa stratégie de marque
- ◆ Les fondamentaux du Marketing Digital

V. MARKETING STRATÉGIQUE

Pg 15 à 16

- ◆ Faire le diagnostic de son marché
- ◆ Construire sa stratégie de prix
- ◆ Construire une stratégie Marketing efficace

VI. FINANCE

Pg 17 à 18

- ◆ Gestion de Trésorerie et reporting
- ◆ Diagnostic Financier pour non-Financiers
- ◆ Savoir Lire un bilan et un compte de résultat

PRENDRE LA PAROLE AVEC IMPACT

Objectif :

- ◆ Savoir placer sa voix;
- ◆ Préparer et maîtriser sa communication;
- ◆ Capter l'auditoire;
- ◆ Rendre son intervention « vivante »;
- ◆ Gagner en sens de la répartition.

Durée : 2 Jours

Cible : Cadres supérieur & Managers

Contenu

Cette formation permet d'apprendre à maîtriser sa voix et sa posture afin de gérer le stress tout en contrôlant l'image que l'on renvoie. En d'autres termes, vous arriverez à vous adresser à un auditoire ou simplement à une personne aisément et à transmettre un message de manière percutante.

MEDIA TRAINING

Objectif :

- ◆ Comprendre l'enjeu du Media Training et appréhender avec sérénité une interview en maîtrisant sa préparation et son déroulement;
- ◆ Maîtriser les pièges liés aux interviews et gérer son stress;
- ◆ S'exprimer avec clarté, déterminer le vocabulaire adapté à son public et valoriser votre prestation;
- ◆ Gérer les situations de crise face à un journaliste en presse écrite, radio ou télévisuel.

Durée : 2 Jours

Cible : Cadres supérieur & Managers

Contenu

L'objectif du Media Training est de vous aider en vue d'une prise de parole face à un journaliste. Que ça soit à la télévision, à la radio ou en conférence de presse, ce n'est pas chose aisée pour tous ! Il est donc essentiel d'apprendre à avoir des attitudes et développer des aptitudes face à une caméra, improviser ou encore affirmer son aisance à l'oral.

COMMUNICATION DE CRISE

Objectif :

- ◆ Identifier les parties prenantes internes et externes
- ◆ Préparer son organisation ;
- ◆ Se poser les bonnes questions pour faire face à la pression médiatique ;
- ◆ Élaborer une stratégie de réponses.

Durée : 2 Jours

Cible : Cadres supérieur & Managers

Contenu

Le but de cette formation est de faire connaître de façon précise la méthode et les techniques à utiliser pour communiquer en cas de crise et de montrer comment élaborer une stratégie de communication de crise à travers des mises en contexte et des simulations.

TECHNIQUES DE VENTE

Objectif :

- ◆ Acquérir la notion de culture commerciale de la préparation à la conclusion;
- ◆ Connaître et adopter les outils de la communication commerciale;
- ◆ Procéder, avec méthode, au déroulement de son entretien de vente;
- ◆ Développer son leadership relationnel en face à face;
- ◆ Renforcer sa force de persuasion en clientèle;
- ◆ Améliorer l'exécution dans le point de vente.

Durée : 4 Jours

Cible: Vendeurs

Contenu

Acquérir la notion de culture commerciale en développant son efficacité commerciale de la préparation à la conclusion.

Connaître et adopter les bonnes postures lors de ses rendez-vous commerciaux : travailler sa communication commerciale

LES +

Une journée d'accompagnement sur le terrain avec session de feed-back.

TERRITORY MANAGEMENT (Gestion d'un Territoire de Vente)

Objectif :

- ◆ Gérer un territoire de vente;
- ◆ Mettre en place une stratégie de couverture territoriale efficace;
- ◆ Améliorer l'efficacité des canaux de distribution;
- ◆ Améliorer les performances de vente.

Durée : 3 Jours

Cible : Managers & Superviseurs

Contenu

Notre formation aux techniques de vente aborde dans un cadre pratique, les étapes d'un entretien commercial. Il vise à donner aux professionnels les bases pour comprendre les besoins et les motivations d'un acheteur, répondre aux objections ou maîtriser les grandes lignes de la négociation commerciale et de l'exécution en point de ventes .

LES +

- Une journée d'accompagnement sur le terrain avec session de feed-back.
- Mise en place des outils de monitoring de la performance des ventes.

KEY ACCOUNT MANAGEMENT

Objectif :

- ◆ Maîtriser les techniques d'approche, de vente, de négociation et de fidélisation des grands comptes;
- ◆ Élaborer une stratégie de vente;
- ◆ Mettre en place les outils de gestion des grands comptes.

Durée : 3 Jours

Cible : KAM & Superviseurs

Contenu

La gestion et le développement des grands comptes est un enjeu capital pour les KAM. De la stratégie au management de compte, cette formation donne les méthodes et outils concrets de la performance commerciale.

LES FONDAMENTAUX DU RTM

Objectif :

- ◆ Maîtriser la méthodologie pour la mise en place d'un RTM efficace

Durée : 2 Jours

Cible : Managers

Contenu

Durant cette formations les participants apprendront à prioriser les marchés ciblés, de définir l'adéquation ressources et moyens, de préciser vos objectifs commerciaux et de fixer vos objectifs ...

LES FONDAMENTAUX DU DISTRIBUTOR MANAGEMENT

Objectif :

- ◆ Évaluer et améliorer la performance des distributeurs;
- ◆ Fixer des objectifs aux distributeurs;
- ◆ Analyser la rentabilité des distributeurs.

Durée : 3 Jours

Cible : Managers

Contenu

Partager l'approche, les apprentissages et les meilleures pratiques sur la façon de stimuler les capacités des distributeurs et évaluer leur rentabilité.

Avoir une analyse approfondie ciblée de l'évaluation des capacités du distributeur et des termes de P&L/commercial dans le but de développer un plan d'action spécifique au marché.

CONSTRUIRE UNE STRATÉGIE DE TRADE MARKETING EFFICACE

Objectif :

- ◆ Mettre en place un plan d'activation des canaux de distribution;
- ◆ Mettre en place et exécuter les plans d'action promotionnels;
- ◆ Améliorer la performance des canaux de distribution.

Durée : 2 Jours

Cible : Managers

Contenu

Découvrir comment la gestion des canaux et la vente peuvent améliorer les performances de votre entreprise. De nos jours, une stratégie de distribution fait partie de l'ADN de nombreuses entreprises et une bonne gestion des canaux est la clé du succès de votre produit. Les plans de distribution doivent être préparés sur le long terme en tenant compte des aspects de rentabilité, de la structure du portefeuille, du positionnement des prix, politique de mise sur le marché, commerce et marketing de détail, commerce électronique et gestion de la distribution mondiale.

LES FONDAMENTAUX DE LA COMMUNICATION DE MARQUE

Objectif :

- ◆ Maîtriser les différents canaux de communication;
- ◆ Mettre en place un plan de communication multicanal de marque;
- ◆ Évaluer l'efficacité des campagnes de communication de marque.

Durée : 2 Jours

Cible : Brand Managers/Resp. de com

Contenu

La marque, principal capital de l'entreprise est souvent le seul repère auquel le consommateur peut se rattacher ! Identité, sens, valeurs, missions, territoires, sensorialité, positionnement, innovation. Cette formation vous aidera à maîtriser tous les éléments constitutifs de la marque et vous donnera les outils pour créer de la valeur avec vos consommateurs, augmenter sa réputation et gagner des parts de marché.

CONSTRUIRE UNE STRATÉGIE DE MARQUE EFFICACE

Objectif :

- ◆ Identifier les méthodes pour développer sa marque de manière stratégique et pratique;
- ◆ Mettre en place une stratégie efficace de gestion des marques;
- ◆ Maîtriser les outils de la gestion de marque.

Durée : 3 Jours

Cible : Brand Managers/Resp. de com

Contenu

La marque, principal capital de l'entreprise est souvent le seul repère auquel le consommateur peut se rattacher ! Identité, sens, valeurs, missions, territoires, sensorialité, positionnement, innovation. Cette formation vous aidera à maîtriser tous les éléments constitutifs de la marque et vous donnera les outils pour créer de la valeur avec vos consommateurs, augmenter sa réputation et gagner des parts de marché.

BÂTIR UN PROGRAMME DE FIDÉLITÉ EFFICACE

Objectif :

- ◆ Comprendre les attentes du client;
- ◆ Mettre en place une stratégie de fidélisation adaptée;
- ◆ Construire un programme de fidélité;
- ◆ Évaluer son programme de fidélité;
- ◆ Acquérir des méthodes et outils pour mettre en œuvre des programmes de fidélité;
- ◆ Utiliser la BIG DATA comme outil de fidélisation.

Durée : 2 Jours

Cible : Brand Managers/Resp. de com

Contenu

Il coûte beaucoup plus cher de conquérir un prospect que de fidéliser en client déjà existant, de plus compte tenu de l'offre pléthorique les clients deviennent de plus en plus volatiles et Il devient capital d'établir des stratégies commerciales pour les fidéliser.

En effet, la fidélisation est un élément essentiel de la réussite d'une marque dans un environnement fortement concurrentiel: campagnes de promotions, tarifs privilégiés, jeux concours, parrainage etc... Sont autant d'actions pouvant permettre d'améliorer la gestion de la relation client et de stimuler l'attractivité de sa marque et ainsi gagner des parts de Marché.

Cette formation a été mise en place afin de vous permettre d'appréhender les techniques pour fidéliser votre clientèle et définir des stratégies de relation clients efficaces

COMMENT UTILISER LES INFLUENCEURS POUR BÂTIR SA STRATÉGIE DE MARQUE

Objectif :

- ◆ Identifier les bonnes pratiques et les campagnes efficaces en matière d'e-influence;
- ◆ Piloter et mettre en place la stratégie de communication auprès des e-influenceurs;
- ◆ Construire et animer au quotidien la relation avec les e-influenceurs.

Durée : 3 Jours

Cible : Brand Managers/Resp. de com

Contenu

Cette formation vise à vous faire avancer dans votre stratégie d'influence. Vous allez à la fois acquérir les connaissances essentielles de l'écosystème lié aux influenceurs mais aussi et surtout avoir les bons réflexes et les bons outils pour savoir comment intégrer les influenceurs dans une stratégie de communication. De la définition d'un périmètre d'action au choix du profil d'influenceur en passant par les éléments de gestion du budget et d'analyse de votre campagne, cette formation vous donne les clés pour pouvoir mettre en place une stratégie cohérente et efficace, en prise avec les réalités du marché. Pour que vos influenceurs deviennent vos ambassadeurs.

LES FONDAMENTAUX DU MARKETING DIGITAL

Objectif :

- ◆ Décrypter le potentiel et les différents leviers offerts par les réseaux sociaux;
- ◆ Identifier ses cibles et investir les bons réseaux sociaux pour gagner en visibilité;
- ◆ Se fixer des objectifs et mobiliser les ressources nécessaires pour le déploiement de cette stratégie social media.

Durée : 3 Jours

Cible : Directeurs Marketing/Brand Managers/Responsables com

Contenu

Aujourd'hui les réseaux sociaux sont importants dans le parcours du consommateur. Cette formation vous permettra d'intégrer ces nouveaux leviers à votre stratégie de marque et de maîtriser les bases d'une présence sur les principaux réseaux sociaux : de la création au paramétrage d'un compte, des techniques de rédaction sur les supports à la mise en œuvre d'une stratégie de conquête d'une communauté. La formation permet de fournir les connaissances et méthodes de base pour créer une présence sur les réseaux sociaux et développer sa communauté

FAIRE LE DIAGNOSTIC DE SON MARCHÉ

Objectif :

- ◆ Utiliser les techniques les plus pertinentes de diagnostic stratégique;
- ◆ Anticiper le positionnement concurrentiel de cette entreprise;
- ◆ Mesurer la capacité financière de l'entreprise : a-t-elle les moyens de sa stratégie ?
- ◆ Savoir utiliser le diagnostic stratégique pour préparer un plan d'action;
- ◆ Disposer d'une boîte à outils d'analyse stratégique facilement exploitable.

Durée : 2 Jours

Cible : Directeurs Marketing / Directeurs Commercial/Chefs de Département

Contenu

Cette formation vous permettra de comprendre votre environnement, de maîtriser les étapes indispensables à l'élaboration d'une stratégie commerciale performante.

CONSTRUIRE SA STRATÉGIE DE PRIX

Objectif :

- ◆ Fixer son prix en l'alignant avec la stratégie de l'entreprise et en appliquant le mode de calcul de fixation du prix;
- ◆ Savoir appliquer les 4 pré-requis avant de pouvoir fixer librement son prix;
- ◆ Analyser en quoi la transformation digitale a bouleversé les business models existants.

Durée : 3 Jours

Cible : Directeurs Marketing / Directeurs Commercial/Chefs de Département

Contenu

Cette formation vous permettra d'acquérir les différentes méthodes pour élaborer votre politique tarifaire. À partir du positionnement marketing d'une offre, vous saurez identifier l'ensemble des facteurs pour construire votre stratégie prix en fonction de votre marché et de la "valeur" de vos prospects et clients.

CONSTRUIRE UNE STRATÉGIE MARKETING EFFICACE

Objectif :

- ◆ Acquérir une vision complète et actuelle du marketing stratégique;
- ◆ Intégrer les nouvelles pratiques digitales;
- ◆ S'approprier les modèles d'aide à la décision.

Durée : 3 Jours

Cible : Directeurs Marketing / Directeurs Commercial/Chefs de Département

Contenu

Cette formation a pour objectif d'apprendre les outils, tactiques et stratégies dont vous avez besoin pour pouvoir expérimenter et accélérer la croissance de votre activité. De permettre à nos participants de découvrir des méthodes et techniques permettant de valider des hypothèses de croissance.

GESTION DE TRÉSORERIE & REPORTING

Objectif :

- ◆ Comprendre les principales composantes et les objectifs de la gestion financière à court terme;
- ◆ Maîtriser les principales formes de financement et de placement à court-terme;
- ◆ Etre capable de construire un plan de trésorerie;
- ◆ Connaître les principales caractéristiques de la gestion glissante sur 5 jours;
- ◆ Structurer et élaborer un reporting financier;
- ◆ Mettre en place des outils simples et efficaces sur tableur;
- ◆ S'initier à la gestion du risque de change.

Durée : 3 Jours

Cible : Directions Générales / Directions financières / Contrôleurs de gestion / Comptables / Trésoriers d'entreprises / Gestionnaires de budget / Investisseurs / Assureurs / Chefs d'entreprise/ Professions libérales

Contenu

Durant cette formation, les participants apprendront à faire des prévisions de trésorerie, seront initiés aux financements et aux placements à court terme, à la gestion du risque de change, à la construction des tableaux de bord et sur les principes généraux de reporting.

DIAGNOSTIC FINANCIER POUR NON-FINANCIERS

Objectif :

- ◆ Détecter les points clés du diagnostic financier;
- ◆ Acquérir les clignotants de risque en lecture directe.

Durée : 2 Jours

Cible : Manager, Ingénieur, cadre non-financier

Contenu

Durant cette formation, les participants comprendront la logique de construction du compte de résultat et du bilan, à diagnostiquer l'activité et la rentabilité et la structure financière, intégrer les ratios au diagnostic et réaliser un diagnostic financier.

BÂTIR UN PROGRAMME DE FIDÉLITÉ EFFICACE

Objectif :

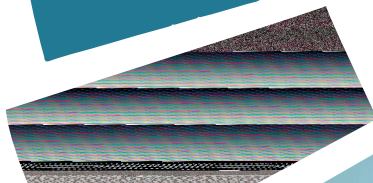
- ◆ Comprendre la logique du bilan et du compte de résultat;
- ◆ Réaliser un diagnostic succinct et pertinent;
- ◆ Interpréter les principaux ratios;
- ◆ Détecter les signes de dégradation en lecture directe.

Durée : 2 Jours

Cible : Manager, ingénieur, chef de projet, vendeur, acheteur

Contenu

Durant cette formation, les participants apprendront à lire un bilan et un compte de résultat, à évaluer la rentabilité de l'entreprise, à évaluer les équilibres financiers et à réaliser des diagnostics financiers rapides.



www.bridgeconsulting-partners.com

info@bridgeconsulting-partners.com

(+237) 690 053 357