



Catalogue de formations 2013

Avec nous, prenez une longueur d'avance!

dmd
Solutions. Sur mesures.



Sommaire

Planning des formations 2013	3
■ Mécanisme de gestion des plaintes des clients des SFD	4
■ Etude de marché et développement de nouveaux produits.....	5
■ Ingénierie de la formation.....	6
■ Tableau de bord prospectif	7
■ Gestion des Projets	8
■ Planification opérationnelle à l'aide de MS-PROJECT	9
■ Conduite de réunions professionnelles	10
■ Marketing stratégique et développement des SFD	11
■ Développement de l'esprit entrepreneurial féminin dans l'environnement béninois	12
■ Mise en œuvre d'une démarche qualité dans un SFD	13
■ Obligations légales des entreprises en République du Bénin : Droit du travail et Fiscalité	14

Planning des formations 2013

N°	Thèmes	Durée (jr)	Période prévue	Lieu
Microfinance				
1.	Marketing stratégique et développement des SFD	3	Novembre	Ouidah
2.	Etude de marche et développement de nouveaux produits en microfinance	5	Juin	Savalou
3.	Obligations légales des entreprises en république du Bénin : droit du travail et fiscalités	3	Juillet	Porto Novo
Management de la qualité				
4.	Mise en œuvre d'une démarche qualité dans un SFD	3	Mai	Possotomè
5.	Mise en place d'un mécanisme de gestion des plaintes des clients des SFD	3	Avril	Grand Popo
Management				
6.	Développer l'esprit entrepreneurial féminin dans l'environnement béninois	3	Octobre	Cotonou
7.	Développement stratégique : le Tableau de bord prospectif	3	Septembre	Grand Popo
8.	Planification opérationnelle à l'aide MS-Project	5	Août	Parakou
9.	Ingénierie de la formation	5	Juillet	Abomey Calavi
10.	Conduite de réunion professionnelle	2	Juin	Cotonou

Contexte

Le client est la raison d'être de toute entreprise. En microfinance, il occupe une place encore plus grande avec des produits destinés à des populations cibles de couches sociales différentes, des besoins clients différents à satisfaire, et donc, des besoins de diversification des produits. Dans ce contexte, les Systèmes Financiers Décentralisés tentent d'accorder une autonomie importante à leur personnel. Or, il est fréquent qu'il arrive que le client soit insatisfait suite à la réactivité due à une forte intensité concurrentielle soit à cause du produit soit, au comportement indésirable d'un employé ou, qu'il estime n'avoir pas été compris ou que l'on ne s'intéresse pas à lui autant qu'il l'aurait voulu. Cette situation conduit souvent à des plaintes du client qu'il importe de savoir gérer.

Mais, face à certaines revendications, il n'est pas toujours évident que le personnel soit apte à y répondre. Or, quand on ne s'y est pas préparé, il est difficile d'accueillir la plainte d'un client. Alors,

- Comment faire face aux réclamations des clients ?
- Comment satisfaire les clients tout en sauvegardant l'image de l'institution ?
- Comment gérer au quotidien les plaintes du client pour le fidéliser ?

Telles sont les principales questions auxquelles cet atelier de formation répondra en vous apportant les outils et techniques nécessaires.

Objectifs :

A la fin de la formation, les participants doivent être capables de :

1. Expliquer le rôle / l'enjeu de la gestion des plaintes pour améliorer la relation client,
2. Décrire la procédure de traitement des plaintes des clients,
3. Elaborer les principaux outils de gestion des plaintes clients ;
4. Rédiger des « standards » de services simples et pertinents pour améliorer la satisfaction du client à chaque interaction avec l'entreprise.

Résultats attendus :

Les participants à la formation disposent des : **(1)** outils et techniques nécessaires pour piloter la mise en place du mécanisme de gestion des plaintes / réclamations des clients de leur institution respective, **(2)** des principales balises à considérer pour élaborer une stratégie de satisfaction et de fidélisation de la clientèle.

Apport différenciateur de la formation :

- Les participants seront guidés pour concevoir, structurer et outiller une stratégie de satisfaction client axée sur la gestion des plaintes ;
- Les supports des participants seront illustrés avec des cas pratiques tirés d'expériences vécues et feront l'objet d'échanges entre les participants ;
- Les intervenants de cette formation sont spécialistes en marketing et psychologie.

Public visé :

- Dirigeants d'entreprises,
- Directeurs Marketing,
- Directeurs des Opérations.
- Services accueil et clientèle

Date et Lieu :

22 au 24 avril 2013 à Grand-Popo.

Participation:

300.000 FCFA

Inscriptions & Informations

Tél : (229) 21 31 66 76 /95 97 97 95 / 95 02 62 73

Email :

contact@dmdconsult.com

carine@dmdconsult.com

Site : www.dmdconsult.com

Contexte

Les Institutions de Microfinance évoluent dans un environnement dynamique, de plus en plus concurrentiel. Elles se doivent de rester en permanence à l'écoute du marché et d'adapter en conséquence leurs prestations et approches d'intervention pour tendre progressivement vers la pérennité technique, opérationnelle et financière. Mieux, pour concrétiser certaines négociations (appuis financiers notamment), ces institutions ont besoin de disposer de données fiables sur le marché et surtout, sur des segments de marché dont la conquête pourra leur assurer la pérennité tant souhaitée.

Ceci ne saurait se faire qu'à travers une étude de marché qui leur permette d'analyser l'environnement dans lequel elles évoluent et recueillir de leurs clients actuels et potentiels, les appréciations et degré de satisfaction sur les prestations fournies, identifier les besoins non satisfaits ou résiduels, identifier les caractéristiques recherchées par ces clients, et développer des produits et services pour y répondre. Ce dernier en particulier (diversification des produits) est extrêmement important et même vital pour les SFD car il leur permettra d'offrir aux clients une gamme de services satisfaisant leurs attentes.

Une étude de marché s'avère importante pour les IMF afin qu'elles réussissent à saisir des opportunités pour (1) l'amélioration des activités de marketing et communication, (2) l'amélioration des produits et services existants, (3) le développement de nouveaux produits, et/ou l'amélioration des systèmes de prestations.

DMD programme animer cette formation car très peu d'institutions disposent en leur sein des compétences requises pour conduire une étude de marché. Et, même quand elles font appel à des expertises externes (consultants), il faut que du personnel en interne soit compétent en la matière pour accompagner et orienter l'équipe externe et mieux, pour prendre en charge la phase post-recherche (cas d'un processus de développement de produits).

Objectifs :

- i. Analyser l'environnement d'un SFD ;
- ii. Planifier et réaliser une étude de marché en microfinance ;
- iii. Planifier et conduire un processus de développement de produits de microfinance.

Résultats attendus :

- ✓ Les méthodes, techniques et outils nécessaires à la réalisation d'une étude de marché sont connues des participants.
- ✓ Un plan d'action individuel pour la réalisation d'une étude de marché est élaboré par chaque participant.

Apport différenciateur de la formation :

- Stratégies marketing pour les SFD
- Processus de développement de produit orienté marché
- Méthodologies d'étude de marché
- Organisation d'une Discussion Thématique de Groupe (DTG)
- Organisation et Conduite d'une séance basée sur la MARP
- Élaboration d'un guide de discussion
- Conduite d'une DTG et d'une séance MARP
- Les outils MARP pour la microfinance
- Des besoins identifiés aux idées de produits
- Développement d'un concept initial de produit
- Evaluation d'un concept auprès des clients
- Développement d'un prototype
- Processus, Conduite et étapes de réalisation du test du prototype
- Elaboration d'un plan d'étude de marché et d'un plan développement produit

Public visé :

- Directeur Marketing,
- Dirigeants d'entreprises,
- Responsables des opérations.

Date et Lieu :

5 jours en juin à Savalou

Participation:

400.000 FCFA

Inscriptions & Informations

Tél : (229) 95 97 97 95 /
21 31 66 76 /
95 02 62 73

Email :

contact@dmdconsult.com

carine@dmdconsult.com

Site : www.dmdconsult.com

Contexte

Disposer de plusieurs années d'expériences professionnelles dans un domaine ne suffit pas pour être formateur. Il faut connaître, maîtriser les techniques et méthodes andragogiques adéquates pour transmettre ses connaissances et son savoir-faire. En effet, de l'identification des besoins de formation à l'animation de la formation, beaucoup de tâches s'intègrent.

Analyser des besoins de formation, définir des objectifs de formation, décliner ses expériences professionnelles dans un domaine précis pour élaborer des supports de formations, concevoir des activités pratiques et instructives, évaluer les connaissances acquises sont autant de tâches importantes qui s'inscrivent dans le processus d'animation d'une formation. Et pour réaliser ces tâches, autant un savoir-faire qu'un savoir être s'imposent.

Participer à cette formation est donc pour vous l'occasion de renforcer vos capacités pour connaître et comprendre ce qu'est l'ingénierie de la formation, quelles sont ses méthodes, techniques et pratiques pour mieux répondre aux besoins des participants.

Cette formation propose un travail personnalisé, des jeux de rôles, des études des cas et présentations qui fassent intervenir chaque participant. Aussi, chaque participant sera évalué sur une session de formation qu'il devra animer en groupe.

Objectifs :

1. Définir des objectifs de formation,
2. Analyse des besoins de formations,
3. Elaborer un scénario pédagogique.

Public visé :

- Toute personne amenée à animer des sessions de formation intra ou inter entreprise,
- Responsables de formations,
- Formateur d'adultes

Résultats attendus :

- Connaissance dans la maîtrise des effets de la formation
- Acquérir la méthodologie et les outils d'élaboration, de mise en œuvre et de suivi d'un projet de formation

Date et Lieu :

5 jours en juillet à Abomey - Calavi

Apport différenciateur de la formation :

- Principes d'apprentissage d'adultes – Styles d'apprentissage et Styles de formation
- Analyse d'un cahier des charges - Besoins de formation et Besoins en formation
- Définition des objectifs (général, spécifiques, pédagogiques)
- Méthodes de formation – Techniques d'animation
- Conception d'une session de formation - Construction d'un scénario pédagogique
- Animer une séquence de formation
- Elaboration de supports de formation appropriés – Des diapos efficaces
- Différents types d'évaluation d'une action de formation
- Le métier de formateur : les compétences, les types de formateurs,
- Synthèse : savoirs, savoir-faire et savoir-être du formateur

Participation:

Inscriptions & Informations

Tél : (229) 95 97 97 95 /
21 31 66 76 /
95 02 62 73

Email :

contact@dmdconsult.com

carine@dmdconsult.com

Site : ww.dmdconsult.com

Tableau de bord prospectif

Contexte

Pendant longtemps, le pilotage de la performance d'une entreprise était assimilé à la gestion des coûts. Avec la situation concurrentielle exacerbée de ces dernières années, les entreprises sont de plus en plus confrontées à des problèmes économiques. Ainsi, de la qualité du produit aux performances de l'entreprise, différents axes interviennent notamment les clients, la finance, les processus et les ressources humaines. Ce sont là désormais les piliers sur lesquels les entreprises conjuguent leurs efforts pour développer leurs performances, rester à l'écoute de leur clientèle pour mieux rentabiliser les capitaux investis.

Pour respecter les grands principes de gouvernance et analyser précisément l'activité, le principal outil dont se servent les entreprises pour unir, converger et circonscrire leurs activités est le tableau de bord prospectif (TBP) ou *balanced scorecard (en anglais)*. Ce tableau est un système de mesure de la performance équilibrée qui s'appuie sur la vision et les orientations stratégiques.

Ainsi, les institutions qui feront désormais la différence dans un secteur sont celles qui, auront travaillé à impliquer le personnel à différents niveaux pour que tous les efforts convergent vers les objectifs à long terme de l'entreprise.

Objectifs :

A la fin de la formation, les participants doivent être capables de :

1. Expliquer les principes de construction de tableaux de bord
2. Décrire le processus d'élaboration d'un TBP,
3. Analyser la performance et la qualité des prestations à l'aide de tableaux de bords réalisés

Public visé :

- Personnel d'Institutions de microfinance,
- Chef d'entreprise,

Résultats attendus :

- Définition du TBP
- Composition et réalisation d'un TBP
- Elaboration d'une carte stratégique

Date et Lieu :

18 - 20 septembre à Grand-Popo

Participation:

300.000FCFA

Inscriptions & Informations

Tél : (229) 95 97 97 95 /
21 31 66 76 /
95 02 62 73

Email :

contact@dmdconsult.com

carine@dmdconsult.com

Site : ww.dmdconsult.com

Apport différenciateur de la formation :

Les formateurs disposent d'assez d'expériences professionnelles pour avoir suivi et diriger des missions d'élaboration de TBP de plusieurs institutions de microfinance.

Contexte

Pour satisfaire les besoins de sa clientèle, toute entreprise met en place des produits / stratégies pour enrichir son portefeuille clients, lancer de nouveaux services ou produits innovants, ou intégrer de nouvelles technologies. Dans cette démarche, elle initie des projets qui peuvent se définir comme une suite d'actions délimitée dans le temps, en vue de produire un résultat spécifique, produit, ou service unique. Cela implique tout ou une partie de son personnel en fonction des résultats attendus. Ainsi, le responsable de chaque projet se retrouve jouer le rôle d'un authentique chef d'orchestre.

En effet, il doit savoir animer une équipe, être responsable au quotidien de l'avancement du projet, réussir à gérer les coûts- délais et ressources disponibles pour obtenir les résultats escomptés et donc, satisfaire les clients tout en contrôlant les éventuels risques. Ce sont là des responsabilités qui ne sont pas toujours faciles à assumer.

Cette formation vient donc renforcer vos capacités en management de projets. Lors de cette formation gestion projet, vous découvrirez de nombreuses grilles d'analyse et des outils méthodologiques. Ce processus de formation gestion projet est très concret. Il synthétise les principales pratiques opérationnelles rencontrées sur le terrain de la gestion projet.

Objectifs :

En fin de formation, les participants doivent être capables de :

- I. Décrire ce qu'est un projet,
- II. Expliquer les bases de la méthodologie projet,
- III. Décrire les fondamentaux du management de projet
- IV. Expliquer la répartition des rôles et responsabilités dans un projet,
- V. Décrire les outils d'analyse de viabilité d'un projet.

Public visé :

- Chef de Projet,
- Responsable d'ONG
- dirigeants de petites et moyennes entreprises,
- managers.

Résultats attendus :

- ✓ Maîtriser les méthodes d'organisation et de communication durant les différentes phases du projet.
- ✓ Maîtriser les méthodes et outils de lancement, de pilotage et de clôture des projets.
- ✓ Réduire les différents risques des projets.
- ✓ Démultiplier sa propre efficacité personnelle de chef de projet et l'efficacité collective de son équipe projet.
- ✓ Répondre au plus vite à votre problématique spécifique.
- ✓ Les techniques et outils de gestion du contenu, des coûts, des délais, des risques et de la qualité du projet.

Date et Lieu :

Participation:

Inscriptions & Informations

Tél : (229) 95 97 97 95 /
21 31 66 76 /
95 02 62 73

Email : contact@dmdconsult.com
carine@dmdconsult.com

Site : ww.dmdconsult.com

Apport différenciateur de la formation :

Au-delà de la théorie, nous enseignons une méthode, des savoir-faire, pour passer à l'action avec efficacité, en restant serein et autonome.

Planification opérationnelle à l'aide de MS-PROJECT

<p>Contexte</p> <p>Le développement des entreprises leur impose d'avoir un personnel polyvalent, prompt dans ses tâches pour lui permettre de maintenir sa place dans le secteur ou mieux, de progresser. Mais, pour y arriver de façon efficace, le personnel doit réussir à planifier et organiser toutes les tâches qui lui incombent, chose pas toujours facile à réaliser.</p> <p>C'est dans ce contexte qu'intervient la planification opérationnelle. Elle permet de concilier et gérer toutes les activités à réaliser au cours d'une période de manière à aider les responsables à savoir comment organiser les tâches pour permettre une exploitation efficiente des ressources disponibles.</p> <p>Avec l'aide du logiciel MS-PROJECT, la planification et le suivi-contrôle des activités devient informatisé et plus facile. Il permet de mieux structurer le projet, d'en élaborer une hiérarchie logique et appropriée et de réaliser le suivi opérationnel des travaux et notamment des activités de passation des marchés.</p> <p>C'est dans ce contexte que le présent atelier de formation est conçu. Il est destiné à renforcer les compétences des praticiens et responsables de la planification en les dotant d'une démarche et d'une instrumentation adéquates.</p>	
<p>Objectifs :</p> <p>A la fin de la formation, les participants doivent être capables de :</p> <ul style="list-style-type: none"> i. Affecter les ressources aux activités ii. Estimer le travail et la durée de chaque tâche iii. Déterminer les dépendances des tâches et le calendrier du projet iv. Déterminer le niveau de réalisation de ses activités dans le temps v. Décrire le processus de réalisation d'un diagramme PERT, 	<p>Public visé :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Praticiens de planification de Projet, – Responsables de projets, – Responsables des opérations,
<p>Résultats attendus :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Outils nécessaires pour organisation de travail, ✓ Outils de suivi d'exécution de projets, ✓ Personnaliser et gérer les calendriers, ✓ Planifier des activités dans MS Project ✓ Planifier et suivre de multi projets à partir d'un fichier MS-PROJECT. ✓ Mettre en œuvre des outils de suivi et de contrôle pour maîtriser les projets 	<p>Date et Lieu :</p> <p>Participation: 400.000 FCFA</p> <p>Inscriptions & Informations Tél : (229) 95 97 97 95 / 21 31 66 76 / 95 02 62 73 Email : contact@dmdconsult.com carine@dmdconsult.com Site : www.dmdconsult.com</p>
<p>Apport différenciateur de la formation :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Création d'un modèle de projet personnalisé – Rentrer des informations sur le projet – Import/Export de données – Configuration des différentes options – Définir la Baseline du projet – Gestion des tâches – Gestion des ressources 	

Conduite de réunions professionnelles

Contexte

La réunion est devenue incontournable dans la vie professionnelle. Nous sommes sans cesse appelés à y assister dans le cadre des activités de l'entreprise. Mais, la plupart du temps, organisateur ou participant, nous sommes confrontés à d'énormes difficultés : des réunions longues, mal préparées, des contenus mal adaptés, des objectifs et ordres du jour mal libellés, des participants perturbateurs, etc. autant d'erreurs qui nous rappellent qu'animer une réunion ne s'improvise pas ! C'est plutôt un moyen de construire et faire passer des messages clairs, précis et motivants.

Ces préoccupations sont au cœur des priorités de nombreux responsables de services d'entreprise. C'est dans ce cadre que sera animée cette formation sur la conduite de réunions professionnelles.

Elle vous permettra d'acquérir des méthodes et des techniques pour réussir vos réunions, gagner du temps, présenter clairement l'information, réguler les prises de paroles, anticiper les éventuels conflits qui peuvent naître de divergence de vue ou d'opinion. Des outils, techniques et méthodes vous seront développés afin de vous aider à améliorer la préparation de vos réunions, vous outiller pour l'engagement et le maintien des participants à vos réunions et produire des décisions acceptées par tous.

Objectifs :

Les participants doivent être capables à la fin de cette formation de :

1. Préparer une réunion,
2. conduire une réunion,
3. Impliquer tous les participants à la réunion.
4. Conclure une réunion et valider les décisions

Public visé :

- Chef de projet,
- Chef d'entreprises,
- Responsables d'entreprises,
- Autres ...

Résultats attendus :

- Outils de communication,
- Techniques de communication en groupe,
- Méthodes d'animation de réunion professionnelle

Date et Lieu :

13 – 14 juin à Cotonou

Participation:

200.000FCFA

Apport différenciateur de la formation :

Grâce à cette formation, vous aurez tous les **atouts en main** pour maîtriser les clés de l'efficacité et ainsi animer au mieux une réunion. Seront présentés :

- ✓ Préparer l'animation d'une réunion professionnelle,
- ✓ Les outils d'animation pour conduire la réunion professionnelle,
- ✓ Gérer les collaborateurs difficiles lors d'une réunion professionnelle,
- ✓ Les clefs d'une réunion professionnelle efficace.
- ✓ Les erreurs à éviter lors d'une réunion professionnelle,
- ✓ Conclure la réunion professionnelle,
- ✓ Le compte rendu de réunion.

Inscriptions & Informations

Tél : (229) 95 97 97 95 /

21 31 66 76 /

95 02 62 73

Email : contact@dmdconsult.com

carine@dmdconsult.com

Site : www.dmdconsult.com

Marketing stratégique et développement des SFD

<p>Contexte</p> <p>Le secteur de la microfinance a connu de radicaux changements ces dernières années avec l'émergence de nombreux systèmes financiers décentralisés (SFD) aussi bien formels qu'informels. Si ces SFD avaient pour préoccupation de proposer des produits de crédits aux entreprises et particuliers, aujourd'hui, de nouveaux défis s'imposent à eux face au renforcement de la concurrence, la perte de clients, les difficultés de communication avec les clients, et des besoins clients plus pointus.</p> <p>Ainsi, occuper et sauvegarder sa place dans le secteur nécessite aux actuels SFD de dépasser le stade de crédit et d'élargir leurs offres à des services financiers de proximité destinés à réduire la vulnérabilité et effectivement améliorer le niveau de vie de leurs clients. Ils se doivent de proposer des produits diversifiés et compétitifs qui puissent satisfaire les nouveaux besoins des clients, les investisseurs tout en assurant la pérennité de l'institution. Dans ce contexte, le marketing occupe une place prépondérante dans la stratégie des SFD pour appuyer leur développement.</p> <p>Mettre en place un marketing stratégique permettra d'anticiper sur le futur en offrant des produits adaptés aux besoins des clients et en ne mettant pas en péril votre position sur le marché. Il vous permet d'anticiper sur le futur en offrant des produits adaptés aux besoins des clients, d'améliorer vos produits et votre place dans le secteur.</p>	
<p>Objectifs :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Définir la notion et les intérêts du marketing stratégique pour les IMF 2. Analyse du comportement du consommateur, 3. Différentes étapes d'élaboration d'un marketing stratégique, 4. Outil de mise en œuvre du marketing stratégique, 	<p>Public visé :</p> <p>–</p>
<p>Résultats attendus :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Comprendre le marketing stratégique et son utilité, 2. Les outils d'aide à la décision stratégique, 3. Méthode du marketing stratégique en microfinance 	<p>Date et Lieu :</p> <p>Participation:</p>
<p>Apport différenciateur de la formation :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Etude de marché ✓ Etude de la concurrence ✓ Du diagnostic au choix de la stratégie à mettre en place, ✓ Positionnement ✓ Planification stratégique, ✓ Différenciation des produits ✓ Actions marketing ✓ Difficultés fréquentes et approches de solutions dans la mise en œuvre du marketing stratégique 	<p>Inscriptions & Informations</p> <p>Tél : (229) 95 97 97 95 / 21 31 66 76 / 95 02 62 73</p> <p>Email : contact@dmdconsult.com carine@dmdconsult.com</p> <p>Site : ww.dmdconsult.com</p>

Développement de l'esprit entrepreneurial féminin dans l'environnement béninois

Contexte

La saturation du secteur public et le chômage des cadres donnent une autre dimension à la question de l'esprit entrepreneurial. Les femmes, spécialement les femmes africaines, moins libérées des contraintes familiales, moins préparées, moins expérimentées pour la plupart, ont plus de difficultés à passer du rêve à la réalité. Pour elles, franchir le seuil de l'entrepreneuriat et réussir ne leur est pas toujours chose facile.

Diplômées pour quelques-unes mais peu qualifiées, elles se lancent souvent dans des activités tertiaires. En effet, éduquées, moulées et ayant grandi dans un environnement classique, beaucoup de jeunes filles africaines avec des projets craignent l'échec et préfèrent patienter jusqu'à trouver un emploi où la garantie d'une ressource financière est plus sûre à la fin de chaque mois. Le risque, l'innovation, l'indépendance les reboutent. Pour d'autres par contre, c'est plutôt les difficultés financières, l'insuffisance de capacités pour la rédaction d'un business plan ou des outils adéquats pour apprécier la viabilité de l'idée. Autant d'aspects qui freinent l'esprit entrepreneurial des femmes.

C'est autant de détermination, de courage et de volonté de réussir qu'il faut développer. Dans le contexte béninois, bien que beaucoup d'opportunités s'offrent aux jeunes filles ne pas savoir s'y prendre reste l'un des premiers risques d'échec en entrepreneuriat. Si l'obtention d'un diplôme est nécessaire, savoir créer de la richesse en est beaucoup plus.

Cette formation s'adresse à vous, jeunes femmes, étudiantes ou fonctionnaires, ayant des projets d'avenir. elle saura vous booster et vous inciter à vous investir dans votre activité. Encourager les femmes et booster l'entrepreneur féminin, nous restons convaincus que cela constitue un levier de croissance de l'économie du pays.

Objectifs :

A la fin de la formation, les participantes sont capables de :

1. Evaluer leur idée de création d'entreprise,
2. Expliquer les éléments d'analyse nécessaires à la formulation des projets,

Résultats attendus :

Analyser le contexte de formation professionnelle des femmes
Evaluer les compétences des femmes nécessaires à l'exercice d'entreprise;
Identifier les besoins en formation des femmes entrepreneures

Apport différenciateur de la formation :

- ✓ Créer une entreprise au Bénin ?
- ✓ Comment démarrer votre entreprise,
- ✓ Les conditions de création d'entreprise au Bénin,
- ✓ Les bons tuyaux pour démarrer une entreprise,
- ✓ Postures de dirigeants d'entreprises « de métier » face aux risques liés au développement de leur affaire
- ✓ Le défi de l'entrepreneuriat,
- ✓ Comment se lancer avec peu de capital et une bonne idée,
- ✓ Trois exemples de développement d'une entreprise par une femme béninoise,
- ✓ Témoignages de deux (02) femmes entrepreneures béninoises.

Public visé :

- Femmes et jeunes filles ayant une idée de création d'entreprise

Date et Lieu :

3 jours, Octobre à Cotonou

Participation:

300.000FCFA

Inscriptions & Informations

Tél : (229) 95 97 97 95 /

21 31 66 76 /

95 02 62 73

Email : contact@dmdconsult.com

carine@dmdconsult.com

Site : ww.dmdconsult.com

Mise en œuvre d'une démarche qualité dans un SFD

<p>Contexte</p> <p>Dans le secteur de la microfinance au Bénin, beaucoup de systèmes financiers décentralisés (SFD) peinent à amorcer une démarche qualité ou l'abordent de façon plus ou moins timide par crainte d'un excès de formalisme et / ou de coûts élevés. Or aujourd'hui, qualité, système de management de la Qualité, normes ISO, certification sont des mots en vogue de plus en plus utilisés dans tous les domaines d'activité. Ces mots éveillent dans l'esprit du client que nous sommes et des clients de votre institution un meilleur rapport qualité/ coûts / utilité du produit et relations clients-entreprises.</p> <p>De plus, avec une concurrence accrue et des clients plus ambitieux et mieux informés, offrir des produits de qualité c'est-à-dire à bon prix, avec des conditions attrayantes qui permettent de financer l'activité du client en temps opportun et d'améliorer son niveau de vie font comprendre que mettre en place une démarche qualité axée vers le client est primordiale et ne s'improvise pas. Ainsi, mettre en place et gérer au quotidien une démarche qualité nécessite donc l'implication de toute l'entreprise dans toutes ses dimensions.</p> <p>Cette formation est le moyen pour vous de comprendre ce qu'est la démarche qualité, d'appréhender tous ses contours pour amorcer sa mise en place dans votre institution. C'est pour vous l'occasion de choisir répondre à plusieurs objectifs d'amélioration, grâce à une démarche concrète et opérationnelle pour satisfaire vos clients, en attirer de nouveaux, renforcer votre crédibilité, votre notoriété et améliorer votre fonctionnement quotidien.</p>	
<p>Objectifs :</p> <p>A la fin de la formation, le participant doit être capable de :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Expliquer la démarche et les principes de mise en œuvre d'une démarche qualité en microfinance, 2. Décrire comment mettre en œuvre la démarche qualité dans un SFD. 	<p>Public visé :</p> <p>–</p> <p>Date et Lieu :</p>
<p>Résultats attendus :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Techniques de mise en place d'une démarche qualité, – Comprendre l'approche processus, – Outils d'aide à la mise en place d'une démarche qualité. 	<p>Participation:</p>
<p>Apport différenciateur de la formation :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Avantages de la démarche qualité pour un SFD, ✓ Enjeux d'une démarche qualité en microfinance, ✓ Principes de mise en œuvre d'une démarche qualité dans un SFD, ✓ Acteurs de la mise en œuvre de la démarche qualité dans un SFD ✓ Etapes de la mise en place de la démarche qualité dans un SFD, ✓ Potentielles Difficultés dans la mise en œuvre de la démarche qualité dans un SFD, ✓ Aperçu sur les normes, leur reconnaissance et utilité. 	<p>Inscriptions & Informations</p> <p>Tél : (229) 95 97 97 95 / 21 31 66 76 / 95 02 62 73</p> <p>Email : contact@dmdconsult.com carine@dmdconsult.com</p> <p>Site : ww.dmdconsult.com</p>

Contexte

Les entreprises sont soumises à un ensemble d'obligations qu'aussi bien les dirigeants et le personnel ne doivent ignorer. Ces obligations constituent la base du mode d'organisation et du fonctionnement de l'entreprise principalement pour le comptable, le responsable financier et le responsable des ressources humaines. Ces derniers sont tenus de connaître les textes en vigueur afin d'élaborer et maintenir dans le respect des textes tous les documents de l'institution.

Or, on constate dans la pratique que, peu de citoyens lisent et actualisent leurs connaissances sur les textes en vigueur pour comprendre les obligations qui sont les leurs. L'une des raisons qui expliquent que fréquemment, les entreprises et leur personnel se voient appliqués des textes dont ils n'ont aucune connaissance ni maîtrise.

Cette méconnaissance entraîne deux (02) principales conséquences : (1) le manque d'opportunités à saisir et (2) des redressements et donc, parfois des dépenses inutiles s'élevant à des dizaines de millions. Connaître, comprendre et se familiariser aux obligations légales de son domaine d'activité au Bénin est donc un pas nécessaire pour toute personne voulant investir ou travailler dans le contexte béninois.

Cette formation d'une durée de trois (03) jours vous permettra d'actualiser vos connaissances quant aux actuels textes et lois en vigueur en matière de droit du travail et de la fiscalité au Bénin.