Passeport Consultant

▶ les démarches, les méthodes, les outils, les meilleures pratiques du métier de conseil externe ou interne

Ce 360° du conseil, véritable référence de la profession depuis 1995, est destiné :
- *aux consultants des grands et petits cabinets de conseil en organisation et management, ou des sociétés de services ;*
- *aux consultants internes des grandes entreprises, auprès des directions générales ou dans les métiers ;*
- *aux professionnels qui envisagent une évolution de carrière vers le conseil ;*
- *aux acheteurs de conseil, clients, sous-traitants, partenaires, directeurs de projet, etc. ;*
- *aux cadres des fonctions support qui souhaitent acquérir les bonnes pratiques de l'efficacité opérationnelle dans la relation avec leurs clients internes.*

Le conseil est un métier à forte valeur ajoutée qui s'exerce aujourd'hui dans un contexte fortement compétitif. Pour faire la différence, il est désormais indispensable d'être un vrai professionnel, capable de qualifier un besoin, structurer un plan d'action, en utilisant les méthodes et outils actuels et bien adaptés aux préoccupations du client.

Conçu et animé par Jacques Pansard, ce séminaire dresse un état de l'art complet du métier de conseil :
- *Comment traduire les préoccupations exprimées par le client en plan d'action répondant aux véritables enjeux ?*
- *Comment convaincre le client sur la démarche ? Comment faire en sorte qu'il s'approprie les recommandations ?*
- *Quelles méthodes, quels outils, quelles "best practices" utiliser en fonction du problème posé ?*
- *Comment bien acheter du conseil ? Comment piloter son consultant pour optimiser son intervention ?*
- *Comment lancer et développer une activité de conseil, externe ou interne : les clés de la réussite, les pièges à éviter ? Comment optimiser la collaboration entre consultants internes et consultants externes ?*
- *Quelle évolution actuelle des attentes des clients, quelle évolution du marché du conseil, quelle évolution du métier de consultant ?*

Un panorama didactique et pragmatique, illustré de nombreuses expériences vécues, pour une mise en application immédiate.

1 Vendre une mission de conseil au client

C'est par là que tout commence sur le terrain. Un savoir-faire indispensable pour tout consultant, qu'il fonctionne en indépendant ou au sein d'un cabinet. Comment se démarquer des autres et gagner la confiance du vrai décideur ?

Évolution des attentes du marché en matière de conseil
- Les différents types d'intervention : quels savoir-faire ?
- Le marché du conseil en France : comprendre la stratégie des acteurs.

Le processus d'avant-vente
- Les opportunités de vente.
- Prospecter : les différents canaux, réussir le premier contact.
- Qualifier le besoin, comprendre l'écosystème "achat" du client.
- Structurer l'intervention : questions clés, hypothèses, pistes de travail, création de valeur pour le client.

Élaborer la proposition
- Rendre le contenu attractif.
- Évaluer la charge de travail.
- Qu'est-ce qu'une offre compétitive ?

Gagner l'accord du client
- La soutenance.
- Le processus de négociation.
- Gérer la relation avec les achats.
- Les erreurs à éviter en avant-vente.

2 Piloter la mission de conseil

Que l'on intervienne en solo ou avec une équipe, il faut posséder les meilleures pratiques, développées au sein des grands cabinets, pour tenir les engagements, en qualité et en délai, dans le respect des exigences de rentabilité. Cette partie du séminaire présente le "road book" qui permet d'assurer un suivi sans faille de la mission.

Une approche pédagogique concrète et directement opérationnelle

Le conseil est une pratique. Aussi ce séminaire est-il constamment orienté vers la pratique et le transfert d'expérience.
La pédagogie s'appuie sur des démarches inductives, très interactives, facilitant les échanges d'expériences et des réflexions guidées. Le processus d'apprentissage demande une forte participation individuelle.
L'acquisition de connaissances est immédiatement illustrée par des exemples vécus, soit par les stagiaires, soit par l'animateur.
Le séminaire est jalonné d'exercices d'application construits autour de cas réels pour une bonne appropriation des méthodes et outils. On en ressort mieux armé pour faire des devis, organiser son travail, gérer son temps, coordonner des équipes, développer une activité de service.
Le support remis à chaque participant inclut **un quiz pour s'auto-évaluer** dans le prolongement du séminaire et identifier ses axes d'approfondissement personnel.
Un outil original de progression individuelle ou collective sur la pratique du conseil.
Un guide pour accompagner une professionnalisation vers la haute performance.

DURÉE	3 journées
DATES	17-19 mars 2014 16-18 juin 2014 22-24 septembre 2014 5-7 novembre 2014 15-17 décembre 2014
PRIX	2 540 € ht (3 048 € ttc)

Renseignements : Véronique Groud
tél. : 01 44 74 24 10
veronique.groud@capgemini.com

Organiser le travail
- Les grands équilibres à respecter.
- Les différents acteurs de la mission.
- Du devis commercial au devis opérationnel.
- Affecter les tâches.
- Initialiser la mission chez le client.

Gérer la mission
- Les points de contrôle.
- Suivre l'avancement technique et économique.
- Gérer les risques.
- Garantir la qualité.
- Capitaliser pour être plus efficace demain.

Animer l'équipe
- Le cycle de vie de l'équipe.
- Gérer la motivation.
- Animer une équipe performante.
- Résoudre les tensions au sein de l'équipe.

3 Gérer la relation avec le client

Le consultant intervient sur des sujets sensibles pour son client. C'est pourquoi le conseil est un métier de terrain, qui suppose une collaboration étroite entre le consultant-prescripteur et le client-demandeur. Un mot-clé pour ce métier, la confiance, indispensable pour réussir. Seul un client satisfait confiera une suite et de nouvelles missions sur d'autres projets.

Rassurer le client en permanence
- Quels sont les interlocuteurs du consultant ?
- Connaître son client : décoder son profil de personnalité.
- Viser la satisfaction client : du service rendu au service perçu.

Gérer les situations difficiles
- Les demandes complémentaires.
- Prévenir et gérer les situations de crise.

Développer le compte client
- Les enjeux d'une bonne relation client.
- Le triangle d'or de la confiance.
- Fidéliser un compte client.

4 Analyser le problème posé

Apprendre à bien se comporter en situation chez le client pour recueillir les bonnes informations tout en donnant une image de grand professionnel.

Organiser la phase de recueil
- Identifier les interlocuteurs pertinents face au problème posé.
- Décider des méthodes d'analyse (entretien ou réunion de groupe ?).

Professionnaliser l'entretien d'investigation
- Préparation : que faut-il faire ?
- Déroulement : règles à respecter.
- Quelques techniques : prise de notes, attitudes, comportements.

Animer des réunions efficaces
- Les règles propres aux différents types de réunion.
- Préparer, animer, exploiter.
- Les écueils à éviter.

5 Organiser la réflexion et savoir restituer

C'est l'empreinte qui reste chez le client au terme de la mission. Comment convaincre et laisser une bonne impression au client ?

Comment bien structurer les idées ?
- Organiser les informations recueillies.
- Passer du constat aux conclusions et aux recommandations.
- Construire une argumentation appropriée au contexte client.
- Structurer le rapport final.

Qu'est-ce qu'un rapport de qualité ?
- Les différents types de restitution écrite.
- Les règles d'or à respecter.

Les conditions d'une bonne appropriation des résultats par le client
- L'importance d'une communication progressive.
- Bien communiquer à l'oral, savoir concilier l'exposé avec un support de qualité.
- Réussir la présentation finale des résultats de la mission.

6 La boîte à outils du consultant

Le consultant capable d'utiliser les bonnes méthodes est celui qui rassure le plus son client. À l'appui de nombreux exemples, cette partie examine les atouts et faiblesses des principaux outils disponibles, leurs domaines privilégiés d'application, mais aussi leurs principales contre-indications et précautions d'emploi.

Les méthodes d'analyse et de diagnostic
- Comprendre l'environnement client : 7S, RSI, le profil de la culture d'entreprise.
- La démarche de résolution de problème.
- Les outils d'analyse stratégique : les 7 forces de Porter, le SWOT, la matrice BCG, la matrice Mc Kinsey.
- Les outils de diagnostic de projets.
- Les référentiels internationaux de bonnes pratiques : ITIL, Cobit, CMMI pour l'informatique, PMI / IPMA / Prince 2 pour la gestion de projet, e-Scm pour la relation client-prestataire.

Les méthodes d'amélioration de performances
- Le Business Process Reengineering/Business Process Management, pour optimiser les processus métier.
- Le Benchmarking, pour s'évaluer face aux meilleurs.
- Six Sigma, pour améliorer la qualité de fonctionnement des organisations.
- Lean Six Sigma, pour optimiser coûts, délais et qualité.

Conduire le changement
- Synthèse de quelques grandes théories de management.
- Comment élaborer une stratégie d'alliances progressives (sociodynamique, les 7 leviers du changement).
- Les étapes à respecter.

Gérer son temps
- Trouver son équilibre de vie face à des sollicitations professionnelles exigeantes.
- Optimiser la ressource temps.
- Quelques outils pour optimiser son temps.

7 Développer une activité de conseil externe ou interne

L'essentiel de ce qu'il faut savoir pour lancer une activité de conseil externe, soit comme indépendant, soit comme responsable d'un nouveau département. Les conditions de réussite pour monter une structure de conseil interne performante, pour accélérer la performance de l'entreprise.

Élaborer une offre de conseil externe
- Monter le business plan.
- Les grands indicateurs de la profession.
- Construire le plan d'action commercial.

Le conseil interne, une réalité en plein essor
- Synthèse d'un récent benchmark européen.
- Les missions et les atouts des consultants internes.
- Les facteurs de succès pour monter une entité de conseil interne.

Les qualités individuelles à développer pour devenir un excellent consultant

Les acquis au terme de cette formation

Ce séminaire propose un ensemble cohérent et intégré de méthodes, pratiques et outils mis en œuvre par les meilleurs cabinets mondiaux. Il examine le "cœur de métier" sous ses différents aspects, techniques et humains. Il déroule le film de l'intervention en expliquant la nécessaire évolution de la relation entre le consultant et son client. Il sensibilise les participants sur les points critiques, les risques, les pièges à éviter, les précautions à prendre pour bien vendre et réussir la mission.

Le métier du conseil
- Les acteurs du conseil et leur stratégie.
- L'importance de la dimension humaine dans le conseil.
- Comprendre la culture d'entreprise.
- Les principaux leviers pour améliorer la performance des organisations.

Les pratiques du conseil
- Le business plan, les techniques de vente.
- Structurer une réflexion tout au long de l'intervention.
- Conduire un entretien, animer une réunion.
- Réussir la conduite du changement.
- Gérer son temps.

Les outils du conseil
- Évaluation de la VUPC, calcul d'une charge de travail.
- Analyse ciblée.
- Diagnostic stratégique / opérationnel.
- Optimisation des performances opérationnelles.
- Analyse de profil de personnalité.
- Les 7 leviers du changement.
- Socio dynamique des parties prenantes.