

LIVRET D'ACCUEIL

Formation
en distanciel



**Vous êtes inscrit à une de nos formations
et nous espérons sincèrement que celle-ci répondra à vos attentes.**

**Dans ce livret vous trouverez les informations de notre entreprise
ainsi que les précisions nécessaires au bon déroulement de votre formation.**



Formez-vous par l'action aux nouvelles méthodologies et pratiques des entreprises orientées clients !

Il faut faire pour apprendre et apprendre pour bien faire ! Relevez vos challenges marketing et gagnez du temps en participant à nos formations-actions qui s'appuient sur nos méthodologies d'intelligence collective.

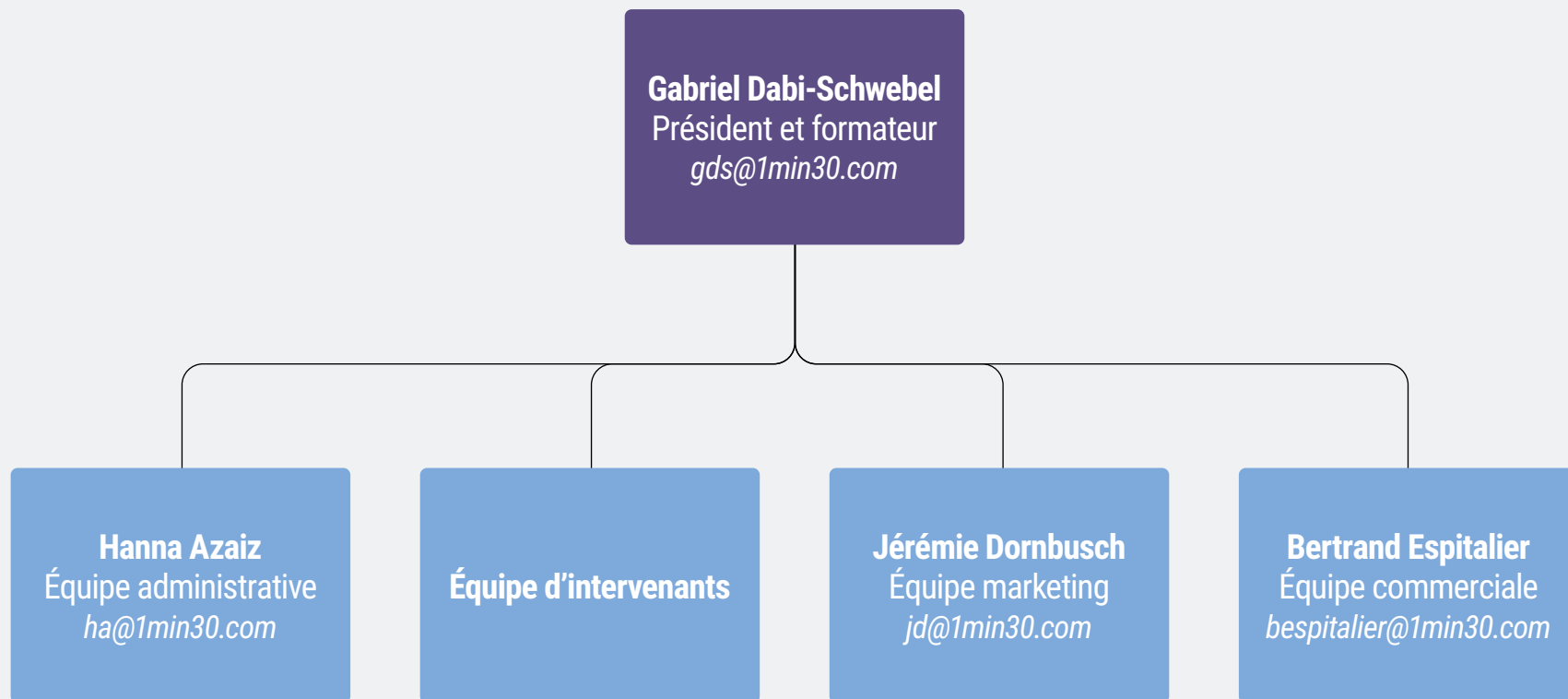
Vous allez adorer nos formations-actions si...

- pour vous formation rime avec action et qu'à l'issue de votre formation vous souhaitez mettre en œuvre ce que vous avez appris !
- vous croyez à la force de l'intelligence collective pour résoudre les problèmes plus efficacement et dégager des consensus !
- vous souhaitez vous appuyer sur des méthodes efficaces co-construites par les meilleurs experts du marketing Toutes nos méthodes et formations s'appuient sur les 4 phases du double-diamant !

Le double diamant est une méthode d'innovation de référence inventée par le UK Design Council :

- **Explorer les problématiques (divergence)** : à travers un canevas spécifique à chacune des méthodes vous vous posez les bonnes questions pour vous immerger dans le problème et cerner les enjeux
- **Formaliser et définir le problème (convergence)** : à l'issue de cette première phase vous dégager collectivement un consensus sur l'énoncé du problème à résoudre
- **Chercher des solutions au problème (divergence)** : à travers les outils propres à chacune des méthodes et des apports théoriques vous faites émerger des idées et des pistes de solutions
- **Définir un plan d'action** : à l'occasion de cette dernière phase vous priorisez vos actions en vous appuyant sur les bons critères

Organigramme de l'organisme de formation 1min30



Nos intervenants

Les consultants d'1min30 ont tous une forte expérience du terrain, ils ont tous occupé des fonctions de management à différents niveaux (directeur commercial, manager de projet, consultants marketing, etc.).

Ils sont formés régulièrement aux techniques d'animation et de formation, chaque consultant reçoit chaque année une formation de 10 jours en moyenne. Les consultants d'1min30 interviennent aussi bien dans des PME que dans des groupes internationaux.

Ressources

Dans le cadre des formations à distance, 1min30 dispose d'un système de visio conférence performant. La transmission synchrone de l'image et de l'audio avec les fonctionnalités de régulation des conversations vous permet un échange en temps réel avec votre formateur et les autres participants.

Afin de vous accompagner au mieux durant cette session de formation, nous disposons d'une assistance technique dans le déroulement du parcours à distance, notamment pour toutes questions relatives à la mise en place de la visioconférence.

Egalement, tout au long de la formation le(s) formateur(s) seront présents pour vous aider dans votre apprentissage. Au moment propice, vous recevrez sur votre boîte mail des fiches pédagogiques pour vous perfectionner dans votre démarche de formation.

Accessibilité aux situations de handicap

Pour toutes nos formations, nous réalisons des études préalables à la formation pour adapter les locaux, les modalités pédagogiques et l'animation de la formation en fonction de la situation de handicap annoncée. De plus en fonction des demandes, nous nous rapprocherons des partenaires spécialisés via votre référent de parcours ou la Ressource Handicap Formation de l'AGEFIPH (Association de Gestion du Fonds pour l'Insertion des Personnes Handicapées).



Article 1 | Objet et champ d'application du règlement

Le présent règlement s'applique à toutes les personnes participant à une action de formation organisée par 1min30. Un exemplaire est remis à chaque stagiaire.

Le règlement définit les principales mesures applicables en matière de santé et sécurité, les règles générales et permanentes relatives à la discipline ainsi que la nature et l'échelle des sanctions pouvant être prises vis-à-vis des stagiaires qui y contreviennent et les garanties procédurales applicables lorsqu'une sanction est envisagée. Toute personne doit respecter les termes du présent règlement durant toute la durée de l'action de formation.

Article 2 | Hygiène et sécurité

La prévention des risques d'accidents et de maladies est impérative et exige de chacun le respect total de toutes les prescriptions applicables en matière d'hygiène et de sécurité. À cet effet, les consignes générales et particulières de sécurité en vigueur dans l'organisme, lorsqu'elles existent, doivent être strictement respectées sous peine de sanctions disciplinaires. Dans le cadre de la formation à distance, il est donc impératif de respecter les règles d'hygiène et de sécurité du lieu où est réalisée l'action de formation, notamment l'entreprise du stagiaire.

L'organisme de formation ne pourra être tenu pour responsable d'incidents ou d'accidents survenus à distance pendant les heures de formation et en particulier liées à l'utilisation des outils informatiques et internet.

Article 3 | Comportement

Il est demandé à tout stagiaire d'avoir un comportement garantissant le respect des règles élémentaires de savoir-vivre, de savoir-être en collectivité et le bon déroulement des formations.

Tout propos inapproprié (harcèlement, racisme ...) et tenu par le stagiaire sur quelconque support de la formation est passible d'exclusion définitive de la formation.

Article 4 | Accès aux formations

L'accès aux formations se fait via la plateforme Zoom avec les accès remis au stagiaire en début de formation.

Article 5 | Horaires

Les horaires de stage sont fixés par l'organisme de formation et portés à la connaissance des stagiaires à l'occasion de la remise aux stagiaires de leur convocation de stage. L'organisme de formation se réserve, dans les limites imposées par les dispositions en vigueur, le droit de modifier les horaires de stage en fonction des nécessités de service. Il en informera alors les stagiaires suffisamment à l'avance. Les stagiaires sont tenus de se conformer aux horaires de formation communiqués par l'organisme de formation. En cas d'absence ou de retard au stage, les stagiaires doivent avertir à minima par mail l'organisme et justifier leur absence. Par ailleurs, les stagiaires ne peuvent s'absenter pendant les heures de stage, sauf circonstances exceptionnelles précisées par l'organisme de formation qui doit informer préalablement l'entreprise de ces absences.

Toute absence ou retard non justifié par des circonstances particulières constitue une faute passible de sanctions disciplinaires par l'organisme de formation telles que prévues au présent Règlement Intérieur.

L'organisme de formation ne pourra être tenu responsable par le stagiaire de n'avoir pas disposé des enseignements dispensés pendant son absence ou ses retards.

Les stagiaires sont tenus de signer la feuille d'émargement remise à chaque début de session.

Article 6 | Sanctions

Tout manquement du stagiaire à l'une des prescriptions du présent règlement intérieur pourra faire l'objet d'une sanction prononcée par le responsable de l'organisme de formation ou son représentant. Tout agissement considéré comme fautif pourra, en fonction de sa nature et de sa gravité, faire l'objet de l'une ou l'autre des sanctions suivantes :

- Avertissement oral de 1min30 ;
- Avertissement écrit de 1min30 et remontée de l'information à sa hiérarchie ;
- Exclusion définitive de la formation avec PV d'exclusion.

Article 7 | Garanties disciplinaires

Aucune sanction ne peut être infligée au stagiaire sans que celui-ci ne soit informé par écrit des griefs retenus contre lui. Aucune sanction ne peut être infligée au stagiaire sans que celui-ci ne soit informé dans le même temps et par écrit des griefs retenus contre lui.

Lorsque 1min30 envisage une prise de sanction, il convoque le stagiaire par lettre recommandée avec accusé de réception ou remise à l'intéressé contre décharge en lui indiquant l'objet de la convocation, la date, l'heure et le lieu de l'entretien, sauf si la sanction envisagée n'a pas d'incidence sur la présence du stagiaire pour la suite de la formation.

Article 8 | Convocation pour un entretien

Au cours de l'entretien, le stagiaire a la possibilité de se faire assister par une personne de son choix, stagiaire ou salarié de 1min30. La convocation mentionnée à l'article précédent fait état de cette faculté.

Lors de l'entretien, le motif de la sanction envisagée est indiqué au stagiaire : celui-ci a alors la possibilité de donner toute explication ou justification des faits qui lui sont reprochés.

Article 9 | Prononcé de la sanction

La sanction ne peut intervenir moins d'un jour franc ni plus de 15 jours après l'entretien ou, le cas échéant, après avis de la Commission de discipline. Elle fait l'objet d'une notification écrite et motivée au stagiaire sous forme de lettre recommandée ou d'une lettre remise contre décharge.

1min30 informe l'employeur de la sanction prise et éventuellement l'organisme paritaire prenant à sa charge les frais de formation.

Article 10 | Représentation des stagiaires

Lorsqu'un stage a une durée supérieure à 500 heures, il est procédé à l'élection d'un délégué titulaire et d'un délégué suppléant en scrutin uninominal à deux tours. Tous les stagiaires sont électeurs et éligibles, sauf les détenus admis à participer à une action de formation professionnelle.

1min30 organise le scrutin qui a lieu pendant les heures de formation, au plus tôt 20 heures, au plus tard 40 heures après le début du stage.

En cas d'impossibilité de désigner les représentants des stagiaires, 1min30 dresse un PV de carence qu'il transmet au préfet de région territorialement compétent.

Les délégués sont élus pour la durée de la formation. Leurs fonctions prennent fin lorsqu'ils cessent, pour quelque cause que ce soit, de participer à la formation.

Si le délégué titulaire et le délégué suppléant ont cessé leurs fonctions avant la fin de la session de formation, il est procédé à une nouvelle élection dans les conditions prévues aux articles R.6352-9 à R.6352-12.

Les représentants des stagiaires font toute suggestion pour améliorer le déroulement des stages et les conditions de vie des stagiaires auprès de 1min30. Ils présentent toutes les réclamations individuelles ou collectives relatives à ces matières, aux conditions d'hygiène et de sécurité et à l'application du règlement intérieur.

Article 11 | Diffusion du règlement intérieur

Le règlement intérieur est envoyé par mail aux stagiaires en amont de la formation et se trouve également en consultation sur notre site Internet 1min30 www.1min30.fr

Fait à Paris, le 02/01/2021

Soucieux de la qualité de nos prestations, nous évoluons dans une démarche d'amélioration continue.

Par le biais de questionnaires en fin de formation, nous analysons vos retours et mettons tout en œuvre pour répondre à vos attentes.

Vos retours sont précieux pour nous !



Siège 75 rue de Belleville
75019 Paris

Tél. 06 73 55 17 36

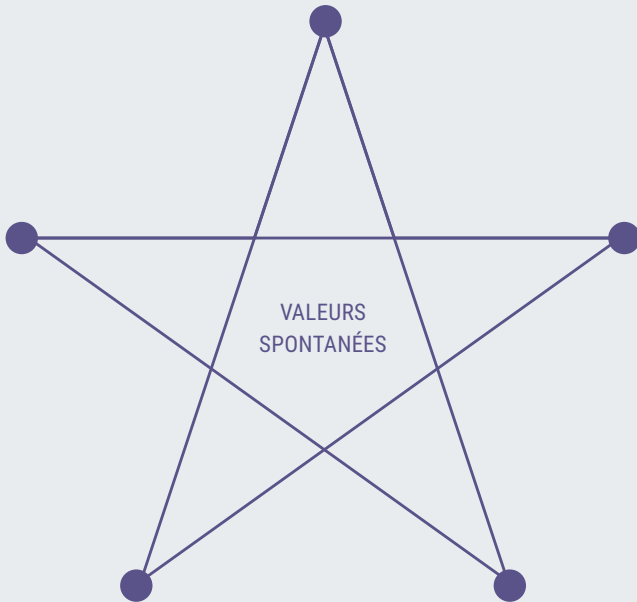
gds@1min30.com
www.1min30.com

Les 6 étapes pour définir ses valeurs et sa raison d'être

1

Trouver ses valeurs avec le pentagramme

À partir du pentagramme des valeurs, vous identifiez toutes les valeurs qui font sens pour l'entreprise.



2

Sélectionner ses valeurs grâce à la matrice

Vous conservez 3 à 5 valeurs, qui résistent à toutes les exigences.

VALEUR	PREUVE 1 Est-ce réel ?	PREUVE 2	PREUVE 3	PREUVES 4, 5...	Est-ce ORIGINAL? Est-ce qu'elle vous différencie de vos concurrents?	Est-ce STABLE/DURABLE Peut-elle durer dans le temps ?	Est-ce TRANSVERSAL ? Tous les services sont-ils concernés?	COMMENTAIRES
Valeur 1								
Valeur 2								
Valeur 3								

3

Chercher les combats de la marque

À l'aide de la maïeutique et des cartes des combats, vous clarifiez votre raison d'être.



Les 6 étapes pour définir ses valeurs et sa raison d'être

4 Formaliser sa raison d'être
Par itération, vous rédigez votre raison d'être en une phrase unique.



5 Expérimenter dans toute l'entreprise avec le jeu de piste de l'impact
Chaque service cherche à mettre en oeuvre les valeurs et la raison d'être dans son travail quotidien. C'est la concrétisation de la marque par des actes.



6 Définir votre plan d'action
Le plan d'action est la dernière étape : vous priorisez les actions et les investissements à réaliser. Vous vous concentrez de cette manière sur ce qui doit être accompli en premier lieu, tout en alignant vos équipes.

ACTION	Est-elle facile/difficile à mettre en oeuvre ?	Est-elle pas chère/chère à mettre en oeuvre	Peut-on la mettre en oeuvre en interne/externe ?	L'action est-elle une preuve durable/éphémère ?	L'action mobilise-t-elle 1 seul service ou toute l'entreprise pour sa mise en oeuvre ?	L'action est-elle tournée vers l'externe et l'interne/ seulement externe/ seulement interne ?	TOTAL POINTS
Action 1							
Action 2							
Action 3							
Action 4							
Action 5							

Étape 1 | Le pentagramme des valeurs

Après avoir inscrit les valeurs spontanées au centre, complétez le pentagramme avec chaque valeur fondamentale, pour n'en oublier aucune !

1 VALEUR GUIDE

• Quels principes ont guidé la création de votre entreprise ?

2 VALEUR ASPIRATIONS

• Quelles valeurs admirez-vous chez vos collaborateurs ?
• Quelles valeurs ne percevez-vous pas encore dans l'entreprise mais vous tiennent à coeur ?

3 VALEUR REFUS

• Quels sont les comportements que vous jugez totalement inacceptables ?
• Qu'est-ce qui vous choque dans le monde du travail ?

VALEURS SPONTANÉES

• Quelles sont les qualités idéales que vos clients vous attribuent ?

• Quelles sont les valeurs pour lesquelles vous seriez prêts à perdre un client ou un employé performant s'il ne les respectait pas ?

5 VALEUR RÊVE

4 VALEUR COMBAT



Adapted from the Business Model Canvas (www.strategyzer.com). This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License.

DESIGNED BY: 1min30, The makers of Acquisition Strategy Design

PROJET

DATE

VERSION

Étape 2 | La matrice des valeurs

Sélectionner ses valeurs

Grâce à la matrice, vous conservez 3 à 5 valeurs, qui résistent à toutes les exigences.

VALEUR	PREUVE 1 Est-ce réel ?	PREUVE 2	PREUVE 3	PREUVES 4, 5...	Est-ce ORIGINAL? Est-ce qu'elle vous différencie de vos concurrents?	Est-ce STABLE/DURABLE Peut-elle durer dans le temps ?	Est-ce TRANSVERSAL ? Tous les services sont-ils concernés?	COMMENTAIRES
Valeur 1								
Valeur 2								
Valeur 3								

1 → La réalité

- Quelles sont les preuves concrètes de la présence de cette valeur dans l'entreprise ? Ce peut être notamment dans les aspects RH, les aspects commerciaux ou les aspects clients.

2 → L'originalité

- Est-ce que beaucoup d'entreprises revendiquent la même valeur ?
- Est-ce qu'elle pourrait également être attribuée à vos concurrents ?
- Comment éviter les valeurs "tarte à la crème" ?

3 → La stabilité

- A-t-elle vocation à durer entre 2 et 5 ans ?
- Pendant combien de temps pensez-vous que cette valeur puisse perdurer dans l'entreprise ?

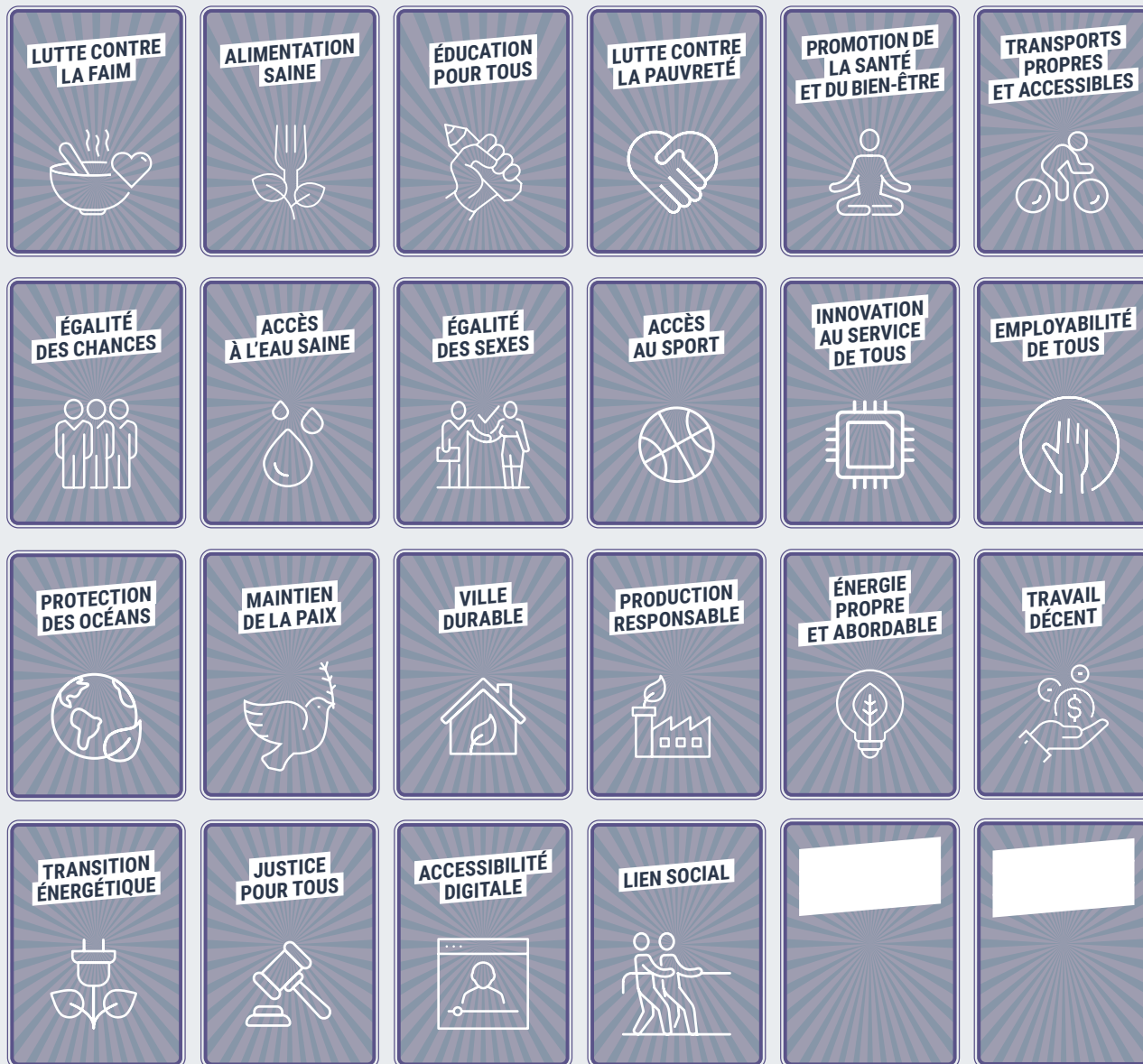
4 → La transversalité

- Est-elle valable pour tous les services en interne ?
- Est-elle ressentie par les clients, par les fournisseurs et les partenaires ?

Étape 3 | Les cartes des combats

Qu'est-ce qui vous dérange dans ce monde et que votre entreprise peut contribuer, à son niveau, à réparer ?

Choisissez vos combats



La sélection des cartes des combats est complétée par la maïeutique pour accoucher de votre raison d'être.

Pour cela, donnez les deux valeurs de l'entreprise qui sont les plus importantes à vos yeux dans l'absolu et une valeur que l'entreprise ne revendique pas, à votre grand regret.

Aidez-vous de ces questions :

1 → Pourquoi faites-vous ça ?

2 → Quelle empreinte voulez-vous laisser derrière vous?

3 → Que voulez-vous qu'on dise de votre société?

Par itération, retravaillez les valeurs pour aboutir à une phrase unique dans laquelle chacun se retrouve.

C'est votre raison d'être !

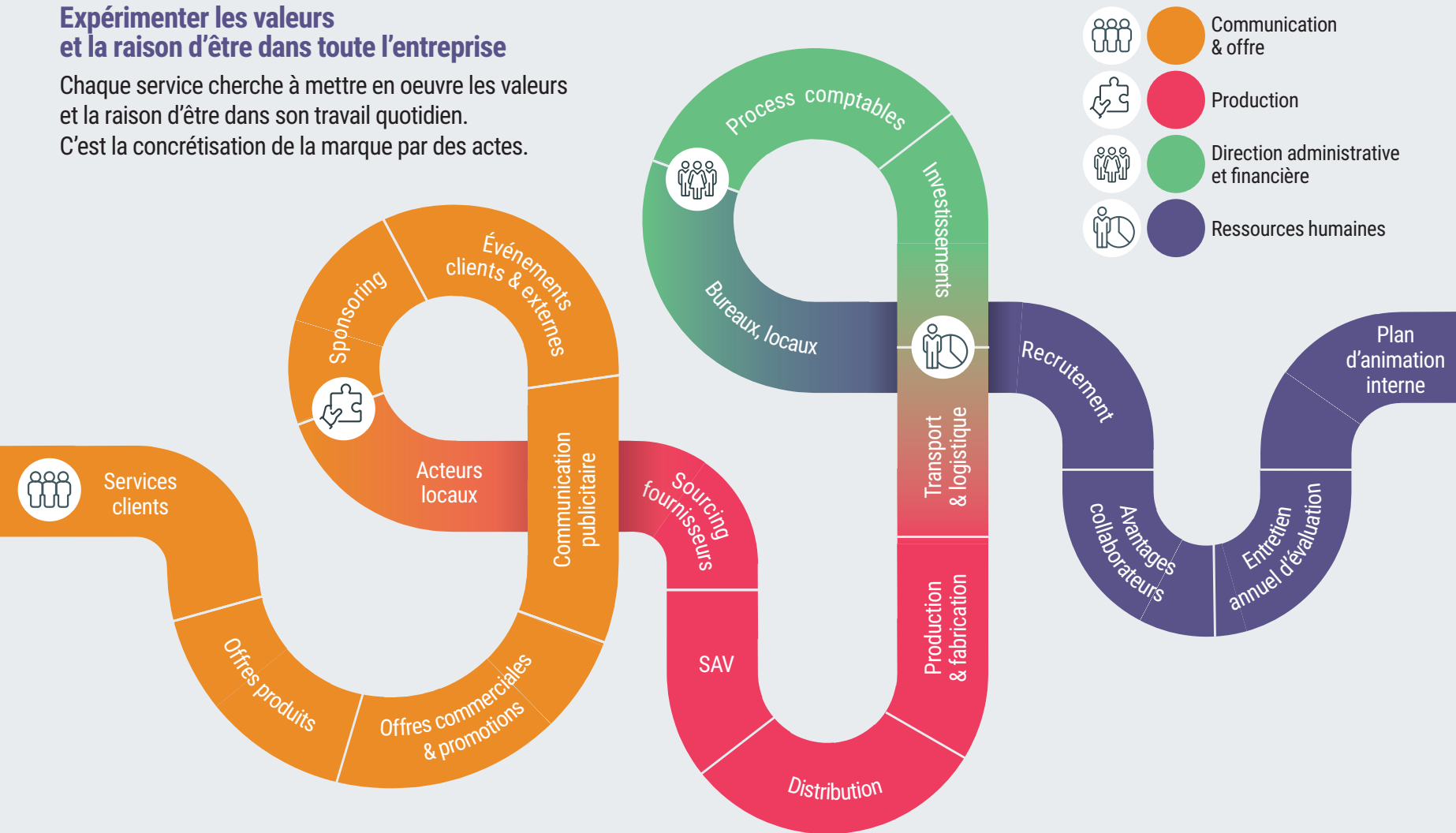


Étape 5 | Le jeu de piste de l'impact

Expérimenter les valeurs et la raison d'être dans toute l'entreprise

Chaque service cherche à mettre en oeuvre les valeurs et la raison d'être dans son travail quotidien.

C'est la concrétisation de la marque par des actes.



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License.

DESIGNED BY: 1min30, The makers of Acquisition Strategy Design

PROJET

DATE

VERSION

Étape 6 | Prioriser vos actions

Définir votre plan d'action

Le plan d'action est la dernière étape : vous priorisez les actions et les investissements à réaliser.

Vous vous concentrez de cette manière sur ce qui doit être accompli en premier lieu, tout en alignant vos équipes.

Notez l'action de 1 à 3 en fonction de ces critères

ACTION	Est-elle facile/difficile à mettre en œuvre ?	Est-elle pas chère/chère à mettre en œuvre	Peut-on la mettre en œuvre en interne/externe ?	L'action est-elle une preuve durable/éphémère ?	L'action mobilise-t-elle 1 seul service ou toute l'entreprise pour sa mise en œuvre?	L'action est-elle tournée vers l'externe et l'interne/ seulement externe/ seulement interne?	TOTAL POINTS
Action 1							
Action 2							
Action 3							
Action 4							
Action 5							

Les actions avec le total de points le plus faible sont à mettre en œuvre en priorité.



Attention : ce tableau de priorisation reste une aide facultative. Il ne s'agit pas d'une méthode en soi. Les managers et les dirigeants gardent les mains libres pour prioriser plus librement les actions !