

# CATALOGUE DE FORMATION 2025

(COURTE DUREE)



## CABINET ELOHIM BATIMENT INTERNATIONAL

Siège social : Abidjan-Cocody, Riviera Faya Fixe : 2122801814

Tel : 0758054875/0140107576  
03 BP 3145 ABIDJAN 03

Email : [Formation@elohimbatinter.com](mailto:Formation@elohimbatinter.com)  
[www.elohimbatinter.com](http://www.elohimbatinter.com)

Agréé par le

# DOMAINE 3 :

## SPECIALITES PLURIVALENTES

### ECHANGES, GESTION D'ENTREPRISE, ENTREPRENEURIAT ET MANAGEMENT



# **SPECIALITES PLURIVALENTES ECHANGES, GESTION D'ENTREPRISE ENTREPREUNARIAT ET MANAGEMENT**



**Partie 1 : Commerce International et Négociation ( CIN)**

**Partie 2 : Marketing et Communication Commerciale (MCC)**

**Partie 3: Management et Leadership (ML)**

**Partie 4: Comptabilité et Gestion Financière (CGF)**

**Partie 5 : Gestion des Ressources Humaines et Droit du Travail ( DTGRH)**

**Partie 6: Marketing et Développement Commercial ( CDM)**

**Partie 7: Entrepreneuriat et Innovation ( EI)**

**Partie 8 : Créditation et Développement d'Entreprise (CDE)**

# PARTIE 1: COMMERCE INTERNATIONAL ET NÉGOCIATION ( CIN)

| CODE   | MODULE  | CIBLE  | OBJECTIFS   |
|--------|---|--|---|
| CIN 01 | TECHNIQUES DE NÉGOCIATION INTERNATIONALE      | Commerciaux, responsables export, acheteurs. | <ul style="list-style-type: none"><li>comprendre les spécificités culturelles et juridiques dans les négociations internationales.</li><li>Développer des compétences en communication interculturelle pour faciliter les échanges.</li><li>Maîtriser les techniques de négociation adaptées aux différentes cultures et contextes internationaux.</li><li>Gérer les divergences et parvenir à des accords bénéfiques pour toutes les parties dans un cadre international.</li></ul>  |
| CIN 02 | GESTION DES OPÉRATIONS IMPORT/EXPORT          | Commerciaux, responsables export, acheteurs. | <ul style="list-style-type: none"><li>Maîtriser les processus logistiques et douaniers associés aux opérations d'import/export.</li><li>Comprendre les documents nécessaires (incoterms, contrats de vente, facture pro forma, etc.) et leur rôle dans les transactions internationales.</li><li>Analyser les risques liés aux échanges internationaux et mettre en place des stratégies pour les minimiser.</li><li>Optimiser la gestion des flux de marchandises, en tenant compte des contraintes légales et économiques.</li></ul>    |
| CIN 03 | STRATÉGIES DE DÉVELOPPEMENT À L'INTERNATIONAL | Commerciaux, responsables export, acheteurs. | <ul style="list-style-type: none"><li>Élaborer une stratégie de pénétration de nouveaux marchés à l'international (analyse SWOT, étude de marché).</li><li>Identifier et évaluer les opportunités d'expansion internationale, en fonction des spécificités locales (réglementation, concurrence).</li><li>Définir les moyens d'implantation et de croissance sur de nouveaux marchés (filiales, partenariats, joint-ventures).</li><li>Adapter le produit, le marketing et la distribution aux exigences des marchés étrangers.</li></ul> |
| CIN 04 | LOGISTIQUE ET TRANSPORT INTERNATIONAL         | Commerciaux, responsables export, acheteurs. | <ul style="list-style-type: none"><li>Comprendre les différents modes de transport international (maritime, aérien, terrestre) et choisir le plus adapté en fonction des produits et destinations.</li><li>Gérer les aspects logistiques liés à la gestion des stocks, à la distribution et aux délais de livraison.</li><li>Maîtriser les réglementations douanières et les normes internationales en matière de sécurité, qualité et environnement.</li></ul>   |

## PARTIE 2 : MARKETING ET COMMUNICATION COMMERCIALE (MCC)

| CODE   | MODULE                                      | CIBLE   | OBJECTIFS   |
|--------|---|---|---|
| MCC 01 | COMMUNICATION DIGITALE ET RÉSEAUX SOCIAUX   | Responsables marketing, chargés de communication. | <ul style="list-style-type: none"><li>Maîtriser les différents canaux de communication digitale (sites web, blogs, réseaux sociaux, e-mailing, etc.).</li><li>Élaborer une stratégie de communication digitale en cohérence avec les objectifs commerciaux de l'entreprise.</li><li>Utiliser les réseaux sociaux pour développer la visibilité et l'engagement de la marque auprès du public cible.</li><li>Mesurer l'efficacité des campagnes digitales à travers les outils de suivi et d'analyse (KPIs, analytics, ROI).</li></ul> |
| MCC 02 | BRANDING ET GESTION DE L'IMAGE DE MARQUE    | Responsables marketing, chargés de communication. | <ul style="list-style-type: none"><li>Comprendre les fondamentaux du branding et l'importance de la gestion de l'image de marque pour la différenciation sur le marché.</li><li>Créer et maintenir une identité de marque cohérente à travers tous les points de contact avec les consommateurs.</li><li>Gérer les perceptions des consommateurs et renforcer la réputation de la marque.</li><li>Développer une stratégie de fidélisation des clients par le biais de la gestion de l'image de marque.</li></ul>                     |
| MCC 03 | PLAN D'ACTION COMMERCIALE ET FORCE DE VENTE | Responsables marketing, chargés de communication. | <p>Développer un plan d'action commerciale aligné avec la stratégie globale de l'entreprise et les objectifs de vente.</p> <p>Identifier les cibles prioritaires, les besoins des clients et les opportunités commerciales.</p> <p>Optimiser l'organisation de la force de vente pour améliorer l'efficacité et les résultats.</p> <p>Former et motiver les équipes de vente pour atteindre les objectifs et développer des relations durables avec les clients.</p>  |

## PARTIE 3: MANAGEMENT ET LEADERSHIP (ML)

| CODE  | MODULE   | CIBLE                              | OBJECTIFS  |
|-------|--|------------------------------------|--|
| ML 01 | LEADERSHIP ET GESTION DES ÉQUIPES              | Managers, chefs de projets, cadres | <ul style="list-style-type: none"><li>Développer un style de leadership adapté aux contextes organisationnels variés.</li><li>Mobiliser et motiver les équipes autour d'objectifs communs.</li><li>Encourager la collaboration et renforcer la cohésion des équipes.</li></ul>   |
| ML 02 | MANAGEMENT STRATÉGIQUE ET PRISE DE DÉCISION    | Managers, chefs de projets, cadres | <ul style="list-style-type: none"><li>Comprendre les processus de formulation et de mise en œuvre de la stratégie d'entreprise.</li><li>Analysier les environnements internes et externes pour orienter les choix stratégiques.</li><li>Maîtriser les outils d'aide à la décision et les méthodes d'analyse stratégique.</li></ul> |
| ML 03 | CONDUITE DU CHANGEMENT ET GESTION DES CONFLITS | Managers, chefs de projets, cadres | <ul style="list-style-type: none"><li>Identifier les facteurs déclencheurs du changement organisationnel.</li><li>Élaborer et mettre en œuvre des stratégies de conduite du changement.</li><li>Anticiper et gérer les résistances au changement de manière proactive.</li></ul>   |
| ML 04 | COACHING ET DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES      | Managers, chefs de projets, cadres | <ul style="list-style-type: none"><li>Comprendre les principes et méthodes du coaching professionnel.</li><li>Accompagner les collaborateurs dans le développement de leurs compétences.</li><li>Mettre en place des plans de développement personnel et professionnel adaptés.</li></ul>  |

| CODE     | MODULE                                       | CIBLE  | OBJECTIFS   |
|----------|--|--|---|
| ML<br>05 | <b>GESTION DES RISQUES</b>                   | Responsables de la gestion des risques<br>Chefs de projet et conducteurs de travaux<br>Responsables sécurité<br>Directeurs des opérations<br>Responsables qualité et conformité<br>Gestionnaires de crise                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Identifier, évaluer et anticiper les risques</li> <li>Élaborer des plans de prévention et de gestion des risques</li> <li>Minimiser les impacts des risques sur les projets et les opérations</li> <li>Assurer la conformité aux normes et réglementations</li> <li>Renforcer la culture du risque au sein de l'entreprise</li> <li>Développer des stratégies d'atténuation des risques financiers, techniques et opérationnels</li> </ul>   |
| ML<br>06 | <b>LES OUTILS DE L'AMELIORATION CONTINUE</b> | Responsables qualité,<br>Chefs de projet et conducteurs de travaux<br>Responsables des processus opérationnels<br>Responsables de la gestion des performances<br>Managers et responsables d'équipe<br>Auditeurs internes | <ul style="list-style-type: none"> <li>Identifier et analyser les processus à améliorer</li> <li>Mettre en place des outils pour suivre les performances et les progrès</li> <li>Développer des démarches d'amélioration continue dans tous les domaines de l'entreprise</li> <li>Favoriser la collaboration et l'implication des équipes dans les démarches d'amélioration</li> <li>Standardiser et automatiser les processus pour augmenter l'efficacité</li> <li>Assurer une gestion efficace des retours d'expérience et des enseignements tirés des projets</li> </ul> |

## PARTIE 4: COMPTABILITÉ ET GESTION FINANCIÈRE (CGF)

| CODE      | MODULE                               | CIBLE   | OBJECTIFS  |
|-----------|--------------------------------------|---|--|
| CGF<br>04 | GESTION DES<br>RISQUES<br>FINANCIERS | Comptables,<br>gestionnaires financiers.  | <ul style="list-style-type: none"><li>Identifier et évaluer les principaux risques financiers auxquels l'entreprise peut être exposée (risques de crédit, de liquidité, de marché, etc.).</li><li>Mettre en place des stratégies de gestion des risques pour minimiser leur impact sur la rentabilité et la stabilité financière de l'entreprise.</li><li>Utiliser des outils financiers (assurances, produits dérivés, hedging, etc.) pour se protéger contre les fluctuations des marchés financiers.</li><li>Élaborer des plans d'action pour prévenir et gérer les crises financières et assurer la résilience de l'entreprise</li></ul> |
| CGF<br>05 | AUDIT<br>D'ACHAT                     | Responsables et<br>directeurs des achats<br>Auditeurs internes et<br>contrôleurs de gestion<br>Chefs de projet et<br>conducteurs de travaux<br>Responsables qualité et<br>conformité<br>Directeurs financiers et<br>opérationnels | <ul style="list-style-type: none"><li>Évaluer la Performance du Service Achat , Optimisation des Coûts et des Délais, Identification et Gestion des Risques, Développement de Stratégies d'Achat Durable</li></ul>   |
| GFC<br>03 | ANALYSE DES<br>ÉTATS<br>FINANCIERS   | Comptables, responsables<br>financiers, dirigeants.   | <ul style="list-style-type: none"><li>Lire et interpréter les états financiers (bilan, compte de résultat, tableau des flux de trésorerie).</li><li>Utiliser les principaux indicateurs financiers pour évaluer la performance de l'entreprise.</li><li>Diagnostiquer la santé financière à travers l'analyse des ratios financiers.</li><li>Formuler des recommandations stratégiques basées sur l'analyse financière.</li></ul>  |

## PARTIE 5 : GESTION DES RESSOURCES HUMAINES ET DROIT DU TRAVAIL ( DTGRH)

| CODE    | MODULE  | CIBLE                            | OBJECTIFS  |
|---------|---|----------------------------------|--|
| DTRH 01 | RECRUTEMENT ET GESTION DES TALENTS                        | DRH, responsables RH, dirigeants | <ul style="list-style-type: none"><li>Maîtriser le processus de recrutement, de l'analyse des besoins à l'intégration des nouveaux collaborateurs.</li><li>Utiliser des méthodes modernes de sourcing et de sélection.</li><li>Mettre en place une stratégie de gestion des talents pour attirer et fidéliser les meilleurs profils.</li><li>Développer une marque employeur forte et engageante.</li></ul>                                    |
| DTRH 02 | DROIT DU TRAVAIL ET RELATIONS SOCIALES                    | DRH, responsables RH, dirigeants | <ul style="list-style-type: none"><li>Connaître les droits et obligations des employeurs et des salariés.</li><li>Maîtriser les bases juridiques des contrats de travail et des relations professionnelles.</li><li>Gérer efficacement les relations avec les instances représentatives du personnel.</li><li>Anticiper et résoudre les conflits sociaux dans le respect du cadre légal.</li></ul>   |
| DTRH 03 | GESTION DES CARRIÈRES ET PLAN DE FORMATION                | DRH, responsables RH, dirigeants | <ul style="list-style-type: none"><li>Identifier et analyser les compétences clés nécessaires à la performance de l'entreprise.</li><li>Élaborer des plans de gestion des carrières et de succession.</li><li>Concevoir et déployer des programmes de formation adaptés aux besoins stratégiques.</li><li>Mesurer l'efficacité des actions de formation et leur impact sur la performance globale.</li></ul>                                   |
| DTRH 04 | POLITIQUES DE RÉMUNÉRATION ET ÉVALUATION DES PERFORMANCES | DRH, responsables RH, dirigeants | <ul style="list-style-type: none"><li>Élaborer une politique de rémunération juste et motivante, adaptée au marché et à la performance.</li><li>Mettre en place des systèmes d'évaluation des performances individuels et collectifs.</li><li>Développer des dispositifs d'avantages sociaux et d'incentives pour fidéliser les collaborateurs.</li><li>Assurer la transparence et l'équité dans les pratiques de gestion salariale.</li></ul> |

| CODE       | MODULE   | CIBLE   | OBJECTIFS   |
|------------|--|---|---|
| DTRH<br>05 | <b>GESTION<br/>PRÉVISIONNELLE<br/>DES EMPLOIS ET<br/>DES<br/>COMPÉTENCES</b> | Responsables des ressources humaines (RH)<br>Directeurs des ressources humaines (DRH)<br>Chefs de projets RH<br>Responsables formation<br>Managers et responsables d'équipe | <ul style="list-style-type: none"> <li>Anticiper les besoins en compétences</li> <li>Développer les compétences des collaborateurs</li> <li>Favoriser la mobilité interne et l'attractivité des talents</li> <li>Optimiser la gestion des ressources humaines à long terme</li> <li>Adapter la GPEC aux spécificités du secteur d'activité</li> </ul> |

## PARTIE 6: MARKETING ET DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL ( CDM)

| CODE   | MODULE   | CIBLE  | OBJECTIFS  |
|--------|--|--|--|
| CDM 01 | STRATÉGIE MARKETING ET ÉTUDE DE MARCHÉ         | Responsables marketing, chefs de produits, commerciaux | <ul style="list-style-type: none"><li>Comprendre les principes fondamentaux de la stratégie marketing.</li><li>Analysier le marché, la concurrence et les comportements des consommateurs.</li><li>Développer un positionnement compétitif et une offre de valeur pertinente.</li><li>Élaborer un plan marketing stratégique et opérationnel adapté aux objectifs commerciaux.</li></ul>           |
| CDM 02 | TECHNIQUES DE VENTE ET NÉGOCIATION COMMERCIALE | Responsables marketing, chefs de produits, commerciaux | <ul style="list-style-type: none"><li>Maîtriser les techniques de prospection et de prise de contact.</li><li>Préparer et conduire des négociations commerciales efficaces.</li><li>Gérer les objections et conclure des ventes avec succès.</li><li>Développer des relations commerciales durables basées sur la confiance et la satisfaction client</li></ul>                                    |
| CDM 03 | MARKETING DIGITAL ET RÉSEAUX SOCIAUX           | Responsables marketing, chefs de produits, commerciaux | <ul style="list-style-type: none"><li>Comprendre les outils et canaux du marketing digital.</li><li>Élaborer une stratégie digitale cohérente intégrant les réseaux sociaux.</li><li>Concevoir et exécuter des campagnes de marketing en ligne (SEO, SEA, e-mailing).</li><li>Mesurer la performance des actions digitales grâce aux indicateurs clés (KPI).</li></ul>                             |
| CDM 04 | GESTION DE LA RELATION CLIENT ET FIDÉLISATION  | Responsables marketing, chefs de produits, commerciaux | <ul style="list-style-type: none"><li>Mettre en place une stratégie CRM (Customer Relationship Management) efficace.</li><li>Personnaliser l'expérience client pour accroître la satisfaction et la fidélité.</li><li>Maîtriser les techniques de gestion des réclamations et du service après-vente.</li><li>Développer des programmes de fidélisation adaptés aux attentes des clients</li></ul> |

## PARTIE 7: ENTREPRENEURIAT ET INNOVATION ( EI)

| CODE  | MODULE  | CIBLE                                   | OBJECTIFS  |
|-------|---|---|--|
| EI 02 | DESIGN THINKING ET CRÉATIVITÉ                           | Entrepreneurs, innovateurs, consultants | <ul style="list-style-type: none"><li>• Maîtriser les étapes du processus de design thinking pour résoudre des problèmes complexes.</li><li>• Stimuler la créativité individuelle et collective dans un cadre professionnel.</li><li>• Prototyper et tester des solutions innovantes adaptées aux besoins des utilisateurs.</li><li>• Intégrer le design thinking dans la stratégie globale de l'entreprise.</li></ul> |
| EI 03 | CRÉATION DE START-UP ET INCUBATION                      | Entrepreneurs, innovateurs, consultants | <ul style="list-style-type: none"><li>• Développer un modèle économique viable et scalable.</li><li>• Élaborer une stratégie de lancement et de croissance rapide.</li><li>• Intégrer un programme d'incubation pour bénéficier de ressources et de conseils d'experts.</li><li>• Maîtriser les aspects juridiques, fiscaux et financiers liés à la création d'entreprise.</li></ul>                                   |
| EI 04 | FINANCEMENT PARTICIPATIF ET DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL | Entrepreneurs, innovateurs, consultants | <ul style="list-style-type: none"><li>• Identifier les plateformes et modèles de financement participatif adaptés aux projets.</li><li>• Préparer et lancer une campagne de crowdfunding efficace.</li><li>• Développer une stratégie de pénétration de nouveaux marchés à l'international.</li><li>• Gérer les aspects juridiques, fiscaux et logistiques du commerce international</li></ul>                         |

## PARTIE 8 : CRÉATION ET DÉVELOPPEMENT D'ENTREPRISE (CDE)

| CODE   | MODULE   | CIBLE                              | OBJECTIFS   |
|--------|--|------------------------------------|---|
| CDE 01 | ÉLABORATION D'UN BUSINESS PLAN                           | Entrepreneurs, porteurs de projets | <ul style="list-style-type: none"><li>• Comprendre la structure et les composantes clés d'un business plan.</li><li>• Rédiger un business plan clair et convaincant, adapté aux attentes des investisseurs et partenaires.</li><li>• Définir une vision stratégique, des objectifs et un plan d'actions opérationnelles.</li><li>• Préparer des prévisions financières réalistes et un plan de rentabilité.</li></ul> |
| CDE 02 | ÉTUDE DE MARCHÉ ET STRATÉGIE COMMERCIALE                 | Entrepreneurs, porteurs de projets | <ul style="list-style-type: none"><li>• Identifier les segments de marché et évaluer le potentiel commercial.</li><li>• Analyser la concurrence et définir un positionnement stratégique.</li><li>• Élaborer une stratégie marketing et commerciale adaptée aux besoins du marché.</li><li>• Concevoir un plan d'actions commerciales efficace pour atteindre les objectifs de vente</li></ul>                        |
| CDE 03 | FINANCEMENT DE L'ENTREPRISE ET RECHERCHE D'INVESTISSEURS | Entrepreneurs, porteurs de projets | <ul style="list-style-type: none"><li>• Identifier les différentes sources de financement disponibles (fonds propres, crédits, subventions).</li><li>• Préparer un dossier de demande de financement convaincant.</li><li>• Présenter un projet d'entreprise attractif aux investisseurs potentiels.</li><li>• Négocier les termes financiers et juridiques liés à l'entrée de nouveaux partenaires.</li></ul>        |
| CDE 04 | STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT ET INNOVATION                 | Entrepreneurs, porteurs de projets | <ul style="list-style-type: none"><li>• Définir une stratégie de croissance adaptée aux opportunités du marché.</li><li>• Identifier les leviers d'innovation pour renforcer la compétitivité.</li><li>• Mettre en place des processus d'innovation efficaces dans l'entreprise.</li><li>• Élaborer des plans d'expansion à l'échelle nationale ou internationale</li></ul>   |

QUE VOUS SOUHAITIEZ LANCER VOTRE PROPRE ACTIVITÉ OU OPTIMISER LA GESTION DE VOTRE ENTREPRISE, NOS FORMATIONS EN MANAGEMENT ET ENTREPRENEURIAT VOUS APPORTENT LES OUTILS NÉCESSAIRES : GESTION STRATÉGIQUE, LEADERSHIP, GESTION DES ÉQUIPES ET INNOVATION. NOTRE APPROCHE PERSONNALISÉE ET NOS CAS PRATIQUES VOUS PERMETTRONT DE TRANSFORMER VOS IDÉES EN ACTIONS CONCRÈTES ET PERFORMANTES.

CONSTRUISEZ VOTRE SUCCÈS AVEC DES FORMATIONS ADAPTÉES À VOS AMBITIONS ET DÉVELOPPEZ DES COMPÉTENCES CLÉS POUR FAIRE LA DIFFÉRENCE DANS LE MONDE DES AFFAIRES.

QUEL QUE SOIT L'ÂGE, IL EST TOUJOURS POSSIBLE DE SUIVRE DES FORMATIONS, EN FONCTION DES OBJECTIFS. LA FORMATION CONTINUE EST INCONTOURNABLE DANS LES ENTREPRISES ET PRÉSENTE DE NOMBREUX AVANTAGES AUTANT POUR LES SALARIÉS QUE POUR LES EMPLOYEURS.

AVEC UN PERSONNEL BIEN FORMÉ, L'ENTREPRISE PEUT ESPÉRER AVOIR UNE PRODUCTIVITÉ OPTIMALE ET UNE MEILLEURE QUALITÉ DE TRAVAIL. LA FORMATION CONTINUE PERMET AUX SALARIÉS DE DÉVELOPPER LEURS COMPÉTENCES ET D'ÉVOLUER PROFESSIONNELLEMENT.

SI VOUS ÊTES CONVAINCU DE L'IMPORTANCE DE SE FORMER EN PERMANENCE, N'HÉSITEZ PAS À NOUS CONTACTER POUR VOS FORMATIONS INTRA ET SUR-MESURE.

## LES FORMATIONS INTRA-ENTREPRISES

VOUS SOUHAITEZ ORGANISER UNE FORMATION DE NOS OFFRES AU SEIN DE VOTRE ENTREPRISE POUR VOTRE PERSONNEL, NOUS SOMMES DISPOSÉES À VOUS ACCOMPAGNER. NOTRE PACK COMPREND :

- L'ANIMATION DE LA FORMATION DANS VOS LOCAUX
- LE SUPPORT DE FORMATION EN VERSION ÉLECTRONIQUE
- LA POSSIBILITÉ DE FORMER ENTRE 4 ET 12 COLLABORATEURS

## FORMATIONS SUR-MESURE

VOUS SOUHAITEZ ADAPTER UNE FORMATION DÉJÀ EXISTANTE À VOS BESOINS ? OU DISPOSER D'UNE FORMATION 100% PERSONNALISÉE, DAVANTAGE ADAPTÉE À VOS BESOINS ?

CHOISISSEZ NOS PRESTATIONS DE FORMATION SUR-MESURE. VOUS SEREZ ACCOMPAGNÉ À CHAQUE ÉTAPE DE VOTRE PROJET PAR UN EXPERT DE LA FORMATION.



DEVENEZ DES PROFESSIONNELS  
DANS LES MÉTIERS DU BTP ET DE L'IMMOBILIER  
EN OPTANT POUR NOS FORMATIONS

### CABINET ELOHIM BATIMENT INTERNATIONAL

Siège social: Abidjan-Cocody Riviera Faya Fixe:  
2122801814

Tel: 0758054875/0140107576 03  
BP 3145 ABIDJAN 03

Email: [Formation@elohimbatinler.com](mailto:Formation@elohimbatinler.com)  
[www.elohimbatinler.com](http://www.elohimbatinler.com)