



# Introductions

## MODULE 1 INITIATION AUX TECHNIQUES D'IMPRESSION

Offset (standard et à sec), flexo, héliο, sérigraphie (à plat et rotative), tampographie, transfert (chaud et froid) et impression numérique.

- Domaines d'application métiers.
- Cinématique machine.
- Etude des éléments du groupe d'impression.
- Type d'encre et substrats utilisés.
- Formes imprimantes.
- Avantages, inconvénients et limites des procédés.

## MODULE 2 INITIATION AU PRÉPRESSE

- Métiers de la chaîne graphique.
- Nature des documents à reproduire.
- Traitement de l'image.
- Notions de colorimétrie.
- Préparation de la forme imprimante.
- Epreuve et bon à tirer.
- Futur du prépresse et du traitement numérique de l'impression.

## MODULE 3 PACKAGING ET MARKETING

- Structure du marché de l'impression de l'emballage.
- Définition et analyse des segments.
- Technologie d'impression et leurs applications.
- Etude de l'évolution des segments et de leur matrice technologie/application.
- Rôle de l'emballage dans le cycle de vente.
- Fondamentaux de l'évolution du marché.
- Éléments de marketing opérationnel.
- Outils et processus de développement de marché et des ventes.

## MODULE 4 POSITIONNEMENT STRATÉGIQUE

- Définition et approche du marché.
- Analyse des caractéristiques de l'entreprise et de son portefeuille produit.
- Perception interne et externe.
- Établissement de la matrice : forces, faiblesses, opportunités et menaces.
- Analyse de la valeur ajoutée telle que perçue par le marché du portefeuille produits.
- État de la différenciation.
- Sélection des marchés et du portefeuille produit.
- Établissement du plan marketing.
- Définition des tactiques de ventes.

## MODULE 5 FONDAMENTAUX DE LA NÉGOCIATION COMMERCIALE

- Révision des fondamentaux.
- Les leviers de la négociation.
- Les manœuvres et techniques des acheteurs.
- Les techniques de vente.
- E-business et appels d'offre.
- Workshop sur les lacunes & difficultés spécifiques.
- Best practices.
- Rédiger une offre.

## MODULE 6 MANAGEMENT D'ÉQUIPE DE PRODUCTION

- Les raisons d'une telle formation.
- Notion de mission.
- Typologie des comportements.
- Principes de managements.
- Utilisations des "drivers".
- Analyse et bilan des motivations.
- Outils de management.
- Gestion des conflits.



# Introductions

## MODULE 7 APPROCHE DES TECHNIQUES DE DIFFÉRENCIATION : IDENTIFICATION, PARACHÈVEMENT, SÉCURITÉ, TRAÇABILITÉ

Impression directe (sérigraphie, tampographie), étiquettes (standard, auto-adhésive, wraparound, R.O.S.O., I.M.L.), manchons (étirables, rétractables), dépolissage, gravure, métallisations, galvanisation, laquage & vernissage, systèmes sécuritaires (thermo & variochromie, marquage invisible, hologrammes), systèmes de traçabilité (temps-température, tags électromagnétiques ou R.F.I.D.).

- Domaines d'application.
- Etude des technologies.
- Description des consommables associés.
- Fonctionnement et mise en œuvre.
- Forme imprimantes.
- Intérêt et limites des procédés (avantages, limites d'utilisation).

## MODULE 9 CONNAITRE ET GÉRER SES CONCURRENTS : LA VEILLE, OUTIL STRATÉGIQUE DE DÉVELOPPEMENT

- Pourquoi s'orienter vers une telle démarche : les objectifs.
- Les apports de l'outil.
- Les étapes de la démarche et les étapes de sa mise en place.
- La collecte de l'information.
- L'utilisation de l'information.
- Conclusion : connaître ses concurrents c'est déjà les battre.

## MODULE 8 LA CAPITALISATION D'EXPÉRIENCE : UN ATOUT CONCURRENTIEL MAJEUR

- Pourquoi s'orienter vers une telle démarche : les objectifs.
- Les apports de la démarche.
- Les domaines d'acquisitions de l'expérience.
- Un cas particulier : l'écoute client comme élément clé de la démarche.
- Les étapes de la démarche et les étapes de sa mise en place.
- Conclusion : la mémoire d'entreprise est un atout majeur.