

Formations classiques

Les formations et sensibilisations classiques sont des séances de travail qui ont déjà été réalisées plusieurs fois, avec succès.

Listes des formations :

- **« Comment développer concrètement l'intelligence économique dans mon entreprise »** Les entreprises doivent aller chercher elle-mêmes l'information dont elles ont besoin, traiter efficacement l'information qui risque de noyer leurs organisations. La formation à l'intelligence économique à l'Institut de Locarn propose une voie d'accès à ces objectifs ambitieux et propose une méthode, des outils des fiches techniques...
- **« Intelligence économique : cas pratiques, définitions et concepts »** : *présenter la démarche de l'intelligence économique et de la veille ; intégrer les contraintes du développement, de la protection et de la guerre économique. Comment présenter l'intelligence économique à ses collaborateurs.*
Tout public.
Sensibilisation de 2h ou formation d'une ou plusieurs journée(s).
- **« Méthodes et outils de recherche d'information »** : acquérir des méthodes pour obtenir l'information légalement. Connaître les exemples de bonnes sources d'information. Préparer un plan de recherches coordonnées. Appréhender le monde de l'information en acteur et non en spectateur. Montrer la richesse de l'information blanche et grise. La recherche d'information sur internet.
Pour un public de responsables de l'information dans l'entreprise.
Sensibilisation de 2h ou sur une ou plusieurs journée(s).
- **« Méthodes et outils de veille et de traitement de l'information »** : *présentation d'organisation pour traiter l'information qui arrive en quantité dans l'entreprise. La gestion et l'analyse de l'information. Réflexions et comparaisons pour une approche centralisée, ou pour des équipes autonomes dans l'entreprise.*
Pour un public de responsables de l'information dans l'entreprise.
Sensibilisation de 2h ou sur une ou plusieurs journée(s).
- **« Les sources d'informations dans un secteur économique donné »** : *passage en revue des différents types de sources (bases de données, organismes, clubs, sites internet, laboratoires de recherche...) et présentation de chacune d'elles. Etude des coûts. Méthode pour bien les coordonner entre elles.*
Pour un public de responsables de l'information dans l'entreprise.
- **« Les nouvelles armes de la guerre économique »** : *savoir reconnaître les menaces et leurs fonctionnements ; percevoir les vulnérabilités de son entreprise pour mieux y remédier. Des cas concrets qui ne doivent plus se reproduire quand on connaît les mécanismes sous-jacents.*
Pour un public de responsables d'entreprises, de chefs de projets, et de responsables sécurité.

- **« La veille commerciale »** : conquérir de nouveaux clients, établir une liste de prospects qualifiés, améliorer le référencement de site web pour favoriser sa visibilité et augmenter les appels entrants. Formation réalisée environ 20 fois.
Tout public d'entreprise ayant une activité commerciale ou devant développer une activité commerciale.
- **« La protection de l'innovation »** : protéger son patrimoine informationnel, son savoir faire. Connaître les avancées du droit et l'intégrer dans les affaires. Connaître les risques supportés par l'entreprise et ses membres. Se constituer des preuves. Elaborer un dispositif offensif légal en cas de déstabilisation concurrentielle.
Pour un public d'équipe projet, de R&D, de juristes et de responsables sécurité.
- **« Les acteurs de l'intelligence économique dans l'entreprise »** : *la mise en place d'un dispositif d'intelligence économique ou de veille dans son entreprise. Définir les profils de poste et les actions. Organiser chronologiquement la montée en puissance du dispositif.*
Pour un public de responsables intelligence économique et de responsables veille.
- **« formation internet. Ne plus perdre son temps sur internet »**. Utilisation du logiciel de fiches techniques pédagogiques AcrieNet. Acquérir des méthodes, connaître des techniques de professionnels.
- **« La veille technologique »** : de la découverte de la veille technologique à sa mise en oeuvre. L'amélioration de la veille technologique ou de la veille scientifique existante.
- **« Le management de l'information »** : mieux gérer l'information existante, sans se noyer. Partager l'information pour gagner en efficacité.
- **« From Information Literacy Towards Competitive Intelligence »** : intervention en anglais ou en français. Les compétences informationnelles à acquérir, à entretenir, à transmettre pour le 21ème siècle, en pleine surinformation.
- **« Lutter contre la surinformation »** : trop d'information tue l'information. Comment, à la fois être curieux et ouvert sur le monde, et en même temps éviter de monter une veille usine à gaz ? Comment améliorer l'organisation de l'entreprise et influencer les comportements des individus afin de limiter les volumes de données inutiles et de valoriser l'information utile.
- **« Les différences culturelles dans les affaires »** : *accueillir et intégrer positivement les difficultés de l'inter-culturel* ; saisir les opportunités, limiter les impairs. Reconnaître les comportements classiques selon les influences culturelles.
Pour un public de responsable international.
- **« Guerre de l'information et war room »** : état de l'art des techniques électroniques, informatiques, médiatiques, psychologiques de la guerre de l'information. Gestion de crise.
Pour un public civil et militaire.
- **« La concurrence imparfaite »** : *les quatre hypothèses de la « concurrence parfaite »* ne tiennent pas. Par exemple, l'information n'est pas partagée par tous de manière égale et immédiate. Cette asymétrie crée des avantages concurrentiels à ceux qui maîtrisent l'information.

Pour un public universitaire et de recherche en économie.

Formation conseillée :

« Formation-action sur 5 jours » : un dossier est traité avec une groupe projet de l'entreprise, et de la formation est assurée quand nécessaire. 50% du temps est consacré à travailler sur le dossier, et 50% du temps est consacré à de la formation appliquée. Pour un groupe projet, pour une création de réseau interne, pour initier un élan opérationnel, pour réunir les « veilleurs »...

Commentaire classique après cette formation-action écrite par un client : « Cette formation a répondu à mes attentes : être opérationnel dans la recherche, le traitement et la diffusion de l'information essentielle au service de la stratégie de l'entreprise. Voilà mon objectif atteint... »