

13 AVRIL 2015

Bpifrance enrichit son programme d'accompagnement des PME et ETI en lançant la plateforme de e-learning Bpifrance Université

Bpifrance a fait de l'accompagnement des entreprises dans leur développement un axe majeur de son action en 2015. C'est pourquoi Bpifrance a développé une offre d'accompagnement des entreprises avec Bpifrance Université. Celle-ci est basée sur des séminaires, en partenariat avec des écoles de commerce et des ateliers thématiques conçus avec des experts.

Bpifrance lance aujourd'hui sa plateforme d'autoformation à distance dédiée aux dirigeants d'entreprise et porteurs de projet.

Le portail Bpifrance Université est accessible gratuitement, à tout moment, sur simple inscription. C'est un outil de formation et d'information novateur offrant des services qualitatifs et différenciés selon que l'utilisateur est membre « simple », client Bpifrance ou membre de la communauté Bpifrance Excellence.

Un nouveau modèle d'accompagnement, offrant une conception pédagogique de qualité, ouvert à tous les entrepreneurs

La plateforme de e-learning, mise en place par Bpifrance, propose ainsi un accompagnement de haute qualité au travers de contenus fiables et d'une réalisation soignée, conçus pour les chefs d'entreprise avec des experts référents sur leurs sujets.

Des contenus produits sur mesure par Bpifrance en collaboration avec des experts reconnus

Le portail se compose de modules thématiques, courts et orientés vers la mise en application.

Chaque module, d'une durée inférieure à 30 minutes, est segmenté en séquences de 4 à 6 minutes dans lesquelles l'apprenant peut se déplacer de manière interactive. Il a ainsi la possibilité de réagir et de commenter les informations, et de créer des fils de discussion.

Ces modules sont réalisés en collaboration avec les meilleurs experts :

- professeurs intervenant au sein de Grandes Écoles qui apportent leur marque et leur expertise. Elles seront libres d'utiliser les contenus dans leurs cursus
- professionnels et consultants reconnus dans leur domaine
- experts au sein de Bpifrance.

Des accords de coproduction ont également été noués avec des Grandes Écoles, des organisations professionnelles telles que l'AFTE (Association française des trésoriers d'entreprise), ou encore des opérateurs spécialisés tels que la place de marché EnterNext.

Tous les thèmes liés à la gestion et au développement des entreprises seront progressivement couverts : stratégie, finance, marketing, vente, achats, production, international, juridique, ressources humaines, management, développement personnel.

Les priorités de création des modules sont définies en fonction des besoins exprimés par les entrepreneurs eux-mêmes.

Une vingtaine de modules, soit environ 80 séquences de formation, seront ainsi mis à disposition au cours de l'année 2015.



À propos de Bpifrance

Bpifrance, filiale de la Caisse des Dépôts et de l'État, partenaire de confiance des entrepreneurs, accompagne les entreprises, de l'amorçage jusqu'à la cotation en bourse, en crédit, en garantie et en fonds propres. **Bpifrance** assure, en outre, des services d'accompagnement et de soutien renforcé à l'innovation, à la croissance externe et à l'export, en partenariat avec Business France et Coface.

Bpifrance propose aux entreprises un continuum de financements à chaque étape clé de leur développement et une offre adaptée aux spécificités régionales.

Fort de 42 implantations régionales (90 % des décisions prises en région), **Bpifrance** constitue un outil de compétitivité économique au service des entrepreneurs. **Bpifrance** agit en appui des politiques publiques conduites par l'État et par les Régions pour répondre à trois objectifs :

- accompagner la croissance des entreprises ;
- préparer la compétitivité de demain ;
- contribuer au développement d'un écosystème favorable à l'entrepreneuriat.

Avec **Bpifrance**, les entreprises bénéficient d'un interlocuteur puissant, proche et efficace, pour répondre à l'ensemble de leurs besoins de financement, d'innovation et d'investissement.

Plus d'information sur : www.bpifrance.fr – <http://investissementsdavenir.bpifrance.fr/>

Suivez-nous sur Twitter : @bpifrance

Contacts presse :

Bpifrance

Nathalie Police

Tél. : 01 41 79 95 26

nathalie.police@bpifrance.fr

Anne-Sophie de Faucigny

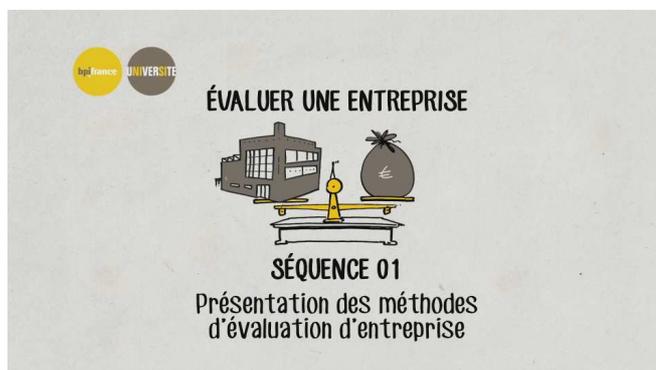
Tél. : 01 41 79 99 10

as.defaucigny@bpifrance.fr



Les thématiques accessibles dès le 13 avril 2015 sur www.bpifrance-universite.fr

- **Evaluer une entreprise**



Faire entrer un associé, lever des capitaux, acquérir un concurrent, autant de situations dans lesquelles il est nécessaire d'évaluer la valeur d'une entreprise. Après avoir introduit les 3 grandes approches d'évaluation que sont l'approche patrimoniale, l'approche analogique et l'approche intrinsèque (ou méthode des Discounted Cash Flows), ce module permet de comprendre les fondements de la création de valeur puis approfondit chacune des méthodes d'évaluation.

L'expert

Banquier d'affaires depuis plus de 25 ans, Frank Ceddaha est un spécialiste des opérations de fusions-acquisitions, tant domestiques que cross-border. Professeur affilié au Groupe HEC et directeur académique du CESA Finance, membre de la Société française des analystes financiers, il enseigne également la finance d'entreprise et les techniques d'ingénierie financière à Sciences-Po Paris.

- **La levée de capitaux auprès de fonds d'investissement**



Pourquoi faire entrer un investisseur financier au capital de mon entreprise ? Quand lever ? Quel sera l'impact sur la gouvernance de l'entreprise ? Comment fonctionne un fonds d'investissement ? Quels sont les instruments financiers utilisés ? Que contient le pacte d'actionnaire ? Comment se déroule la levée de fonds ?... Autant de questions auxquelles ce module apporte des réponses concrètes.

L'expert

Frank Ceddaha (voir ci-avant)



- **Vendre plus, plus vite et mieux**



Confrontées à un changement de comportements des acheteurs et à une concurrence toujours plus forte dans le marché complexe d'aujourd'hui, vos équipes de vente sont bousculées dans leurs pratiques. Elles doivent devenir leurs propres marketeurs dans leur secteur, comprendre les difficultés critiques (les « pains ») de leurs clients, identifier les influenceurs réels, connaître les procédures d'achat tôt dans le cycle de vente, engager avec précision le moment de clôture de la vente, protéger les marges à la clôture.

Pour y parvenir, il est nécessaire d'utiliser une méthodologie qui aligne le comportement des vendeurs sur celui de vos acheteurs potentiels et dont les résultats sont mesurables et durables.

L'experte

Après avoir occupé différentes fonctions commerciales, Rozenn Sanchez a fondé en 1998 le cabinet ACCIAL. Spécialisée dans les actions destinées aux organisations commerciales et la relation client, Rozenn Sanchez accompagne les entreprises dans leurs projets de développement stratégiques et dans la recherche de résultats mesurables, significatifs et différenciateurs sur leur marché.

- **Le marketing digital (module coproduit avec HEC Executive Education)**

La révolution numérique impose des changements cruciaux dans les pratiques managériales, commerciales et marketing.

Ainsi, de nouvelles opportunités de se faire connaître, de conquérir et de fidéliser des nouveaux clients apparaissent. Vous serez alors amenés à identifier les différents impacts sur les leviers de communication, sur la relation client mais également sur les points de vente et le commerce.

Vous obtiendrez des clés et des outils pour intégrer au mieux ces transformations technologiques au sein de votre entreprise et ce, de manière éthique et responsable.

L'expert

François Cazals est consultant en stratégie et innovation. Il dirige Distriforce, cabinet de conseil en stratégies innovantes, et intervient comme chargé d'enseignement à HEC Paris Executive Éducation sur les thèmes des stratégies de rupture et des stratégies digitales.

- **Le choix du mode d'implantation à l'international**

Une fois leur activité bien établie en France, de nombreux chefs d'entreprise s'interrogent sur la vente à l'international. Mais comment procéder ? Quels marchés cibler en premier lieu ? Quelle stratégie d'implantation adopter : vente directe, vente indirecte ou partenariat ? Quel budget de lancement faut-il prévoir ? Comment se déroule la préparation de la mise en route ? Quels sont les principaux écueils à éviter ? Autant de questions auxquelles ce module apporte des réponses.

L'expert

Lucian Wagner est président et co-fondateur de Launch in US, société de conseil basée à Boston et dont la mission consiste à assister les entreprises technologiques à développer leurs activités aux États-Unis. Né en Allemagne puis scolarisé en France, Lucian Wagner est titulaire d'un B.Sc. en affaires internationales de



l'Université de Georgetown et d'un MBA de l'Insead. Il a plus de 20 ans d'expérience dans l'industrie des semi-conducteurs et enseigne notamment le commerce international à l'EM Lyon.

Modules complémentaires disponibles entre mai et juin 2015 :

- L'introduction en Bourse (en partenariat avec EnterNext)
- La croissance externe
- La gestion de la trésorerie (en partenariat avec l'AFTE)
- L'innovation entrepreneuriale (en partenariat avec l'EM Lyon)
- Le business plan (en partenariat avec l'EM Lyon)
- La responsabilité sociale du dirigeant.

Et, d'ici fin 2015, une vingtaine de nouvelles thématiques seront abordées, soit 80 séquences.