

Objectifs de la formation :

- Être capable de réaliser une démarche et d'utiliser les composantes de la réflexion stratégique
- Acquérir les méthodes et outils d'analyse de l'environnement externe et interne
- Savoir analyser et exploiter les matrices d'aide à la décision

Public visé :

Dirigeant d'entreprise

Prérequis :

Connaître les fondamentaux en vente

Moyens et méthodes pédagogiques :

- Explications théoriques avec illustration basée sur des expériences concrètes vécues et des techniques mercatiques
- Exercices pratiques
- Étude cas : travail sur l'élaboration de la stratégie de leur propre entreprise
- Évaluation et contrôle des acquisitions
- Outils pédagogiques : Paper board et PowerPoint sur vidéo projecteur
- Remise au stagiaire d'un support pédagogique

Évaluation :

Grille de contrôle des acquisitions

Sanction :

Une attestation de formation est remise à chaque stagiaire à l'issue de la formation

Durée : 21 heures sur 3 jours

Modalités d'organisation :

Inter entreprise – Groupe de 2 à 5
Intra entreprise
Individuelle

Contenu de la formation :

Journée 1 : 1ère demi journée 3h30

1) Initier la réflexion stratégique de l'entreprise

- Les rôles du dirigeant et son organisation.
- Les leviers de la réflexion stratégique : vision, missions, compétences.
- Les stratégies au cours du cycle de vie de l'entreprise.
- La démarche de la réflexion jusqu'au déploiement.

- **Méthodes pédagogiques :** Étude d'un exemple d'un plan de réflexion stratégique d'une entreprise

Journée 1 : 2ème demi journée 3h30

2) Analyser et anticiper les évolutions de l'environnement externe

- Cycle de vie marché et cycle de vie produit.
- La concurrence élargie et les forces en puissance.
- Anticiper les évolutions macro-économiques.

Méthodes pédagogiques :

Contrôle des acquisitions : quizz sur les connaissances théoriques

Rappels des différents points, vu précédemment

Exercice pratique par une mini étude de cas analysant sa propre réflexion stratégique par rapport à son entreprise

Partie théorique : illustration par le PowerPoint

Journée 2 : 1ère demi journée 3h30

3) Estimer les compétences clés de l'entreprise

- Les défis stratégiques de l'entreprise
- L'analyse de la chaîne de la valeur, et la création de valeur

- **Méthodes pédagogiques :** Cas pratique : exercice pratique par une mini étude de cas analysant sa propre réflexion stratégique par rapport à son entreprise - Partie théorique : illustration par le PowerPoint

Journée 2 : 2ème demi journée 3h30

4) Évaluer les aires de business actuelles et potentielles

- Mesurer l'attractivité du marché et les capacités de l'entreprise.
- Utiliser la matrice d'aide à la décision : BCG
- L'audit S.W.O.T.

- **Méthodes pédagogiques :**
 - Identifier les facteurs clés de succès et les enjeux pour l'entreprise*
 - Contrôle des acquisitions : quizz sur les connaissances théoriques*
 - Rappels des différents points, vu précédemment*
 - Cas pratique : exercice pratique par une mini étude de cas analysant sa propre réflexion stratégique par rapport à son entreprise*
 - Partie théorique : illustration par le PowerPoint*

Objectifs de la formation :

- Être capable de réaliser une démarche et d'utiliser les composantes de la réflexion stratégique
- Acquérir les méthodes et outils d'analyse de l'environnement externe et interne
- Savoir analyser et exploiter les matrices d'aide à la décision

Public visé :

Dirigeant d'entreprise

Prérequis :

Connaître les fondamentaux en vente

Moyens et méthodes pédagogiques :

- Explications théoriques avec illustration basée sur des expériences concrètes vécues et des techniques mercatiques
- Exercices pratiques
- Étude cas : travail sur l'élaboration de la stratégie de leur propre entreprise
- Évaluation et contrôle des acquisitions
- Outils pédagogiques : Paper Board et PowerPoint sur vidéo projecteur
- Remise au stagiaire d'un support pédagogique

Évaluation :

Grille de contrôle des acquisitions

Sanction :

Une attestation de formation est remise à chaque stagiaire à l'issue de la formation

Durée : 21 heures sur 3 jours

Modalités d'organisation :

Inter entreprise – Groupe de 2 à 5
Intra entreprise
Individuelle

Contenu de la formation :

Journée 3 : 1ère demi journée 3h30

5) Déterminer les choix stratégiques de l'entreprise

- De l'audit S.W.O.T au choix d'axes stratégiques
- Les 3 stratégies : domination par les coûts, focalisation, différenciation
- Les stratégies de développement : croissance, diversification

Journée 3 : 2ème demi journée 3h30

6) Évaluation

- Contrôle des acquisitions : quizz sur les connaissances théoriques
- Mise en situations exposant la démarche stratégique envisagée par le stagiaire pour son entreprise selon la méthodologie

Méthodes pédagogiques :

Rappels des différents points, vu précédemment

Cas pratique : exercice pratique par une mini étude de cas analysant sa propre réflexion stratégique par rapport à son entreprise - Partie

théorique : illustration par le PowerPoint

Le stagiaire expose le bilan de sa réflexion sur la stratégie commerciale selon la méthodologie