

Bâtir une stratégie d'entreprise démarche et outils



MPGP-77 3 Jours (21 Heures)

Description

Ce stage vous apprendra à définir une stratégie en utilisant les forces de votre entreprise et en prenant en compte les facteurs internes et externes. Vous découvrirez comment mettre en œuvre cette stratégie et mobiliser les équipes pour la réaliser.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Dirigeants, cadres supérieurs, membres comité de direction.

Prérequis

- Aucun.

Les objectifs de la formation

- Maîtriser les concepts et caractéristiques de la stratégie d'entreprise
- Assimiler les différentes approches stratégiques
- Mener une analyse stratégique de l'étude au plan d'action
- Piloter le déploiement de ses principales orientations stratégiques
- Améliorer son leadership pour mobiliser ses équipes

Programme de la formation

Analyser le contexte de l'entreprise

- Impact de la mondialisation.
- Commerce électronique et conséquences.
- Développement durable et nouvelles priorités.

Construire le schéma directeur de la stratégie

- Définir la politique générale de l'entreprise.
- Promouvoir la vision ou finalité de l'entreprise.
- Déployer les objectifs stratégiques.

Les outils d'aide à l'analyse stratégique

- Utiliser les matrices PEST et SWOT.
- Identifier les facteurs clés de succès.
- Créer la chaîne de valeur.
- Situer les cinq forces de Porter.
- Construire les matrices BCG et Mac Kinsey.
- Exercice Construire la matrice SWOT et BCG de son entreprise.

Réaliser votre diagnostic stratégique

- Analyse externe :
 - Identifier vos concurrents.
 - Evaluer l'offre et la demande du marché.
 - Etudier la dynamique concurrentielle.
- Diagnostic interne :
 - Construire la chaîne de valeur de l'entreprise.
 - Identifier les ressources stratégiques de l'entreprise.
 - Evaluer les compétences internes et leur transfert.
- Exercice Réaliser le diagnostic stratégique d'une entreprise donnée.

Cadrer les orientations stratégiques

- S'appuyer sur ses atouts.
- Facteurs clés de succès : produits, clients, technologies.
- S'appuyer sur ses avantages concurrentiels.
- Tenir compte de ses spécificités : compétences/position sur le marché.
- Choisir ses options stratégiques : coût, différenciation, spécialisation, diversification.
- Définir la stratégie de croissance : interne ou externe?
- Exercice Définir le positionnement et la stratégie de croissance d'une entreprise donnée.

Réaliser votre diagnostic stratégique

- Analyse externe :
 - Identifier vos concurrents.
 - Evaluer l'offre et la demande du marché.
 - Etudier la dynamique concurrentielle.
- Diagnostic interne :
 - Construire la chaîne de valeur de l'entreprise.
 - Identifier les ressources stratégiques de l'entreprise.
 - Evaluer les compétences internes et leur transfert.
- Exercice Réaliser le diagnostic stratégique d'une entreprise donnée.

Réaliser votre diagnostic stratégique

- Analyse externe :
- Identifier vos concurrents.
- Evaluer l'offre et la demande du marché.
- Etudier la dynamique concurrentielle.
- Diagnostic interne :
- Construire la chaîne de valeur de l'entreprise.
- Identifier les ressources stratégiques de l'entreprise.
- Evaluer les compétences internes et leur transfert.
- Exercice Réaliser le diagnostic stratégique d'une entreprise donnée.

Déployer la stratégie

- Identifier les conditions de réussite de la mise en oeuvre.
- Tenir compte de la culture de l'entreprise.
- Analyser les différentes étapes pour entretenir une dynamique opérationnelle.
- Réussir votre déploiement.
- Orchestrer la communication interne et externe.

Réaliser votre diagnostic stratégique

- Analyse externe :
- Identifier vos concurrents.
- Evaluer l'offre et la demande du marché.
- Etudier la dynamique concurrentielle.
- Diagnostic interne :
- Construire la chaîne de valeur de l'entreprise.
- Identifier les ressources stratégiques de l'entreprise.
- Evaluer les compétences internes et leur transfert.
- Exercice Réaliser le diagnostic stratégique d'une entreprise donnée.

Développer votre leadership

- Fédérer vos équipes autour de la stratégie.
- Repérer les sources de résistance.
- Utiliser les leviers d'action.
- Détecter les talents de ses collaborateurs.
- Développer l'intelligence collective.
- E-learning après présentiel Les grands principes pour définir son projet stratégique Maîtriser l'analyse SWOT Comprendre la dynamique du marché Chaîne de valeur et avantage compétitif Mener à bien une stratégie de coût Mener à bien une stratégie de différenciation Création de valeur et stratégie