



Mise à jour : 31 Janvier 2024 – V9

Analyse stratégique et innovation stratégique en 4 jours (28 heures)

FORMACODE : 32025

Les objectifs de la formation sont les suivants :

- Etre capable d'analyse l'environnement interne et externe de la structure avec les outils d'analyse stratégique
- Etre capable d'élaborer une stratégie corporate/business en fonction de l'environnement et faire évoluer cette stratégie
- Etre capable de mettre en œuvre un marketing stratégique adapté à la stratégie retenue

**Programme en 32 heures**

1. Réaliser un diagnostic stratégique
2. Les grands types de stratégie : la choisir, s'y tenir...
3. Elaborer la stratégie de la structure pour les trois années à venir
4. Marketing stratégique
5. Passer de la stratégie au plan d'action
6. La boussole d'anticipation
7. Analyse de la chaîne de valeur

**Demi-journée 1 – Réaliser un diagnostic stratégique, connaissance de la structure**

- objectifs
- stratégie existante (comment atteindre les objectifs)
- moyens organisationnels prévus
- ressources planifiées
- éléments de planning
- missions, visions, buts ; communication à l'environnement interne et externe

**Demi-journée 2**

- pilotage stratégique à partir de l'analyse des domaines structurant l'activité
- mesure d'écarts entre niveau de maîtrise et niveau d'importance du domaine
- formulation d'objectifs SMART

**Demi-journée 3**

- détermination des Domaines d'activité stratégiques
- lecture de l'environnement interne et externe : SWOT, PESTEL, PORTER
- la méthode des scénarios prospectifs
- intensité concurrentielle et barrières à la concurrence

**Demi-journée 4**

- la création de valeur
- les facteurs clés de succès internes et externes
- positions « demande » et position « offre »
- les choix stratégiques par DAS

**Demi-journée 5**

- quatre stratégies de base et leur détail
- la stratégie Océan Bleu (C° Kim & Mauborgne, INSEAD) : établir une nouvelle courbe de la valeur
- sept sources d'innovation (Peter Drucker)



- Les stratégies secondaires

#### **Demi-journée 6**

- Les clients / les segments
- Les « marchés » visés
- Les compétences différenciantes
- Le mode de construction du prix
- Le mode de communication externe

#### **Demi-journée 7**

- Le plan d'action
- L'amélioration continue (8 *mudas* et 5S)
- L'analyse de la chaîne de la valeur

#### **Demi-journée 8**

- Les « balises prospectives » : travaux sur une vision partagée de l'avenir de l'entreprise
- Mieux gérer son stress et son effort dans une logique durable (écologie du manager)
- Apport théorique sur le modèle la boussole d'anticipation de Philippe Gabilliet

#### **Positionnement du stagiaire**

- Une grille d'auto positionnement est fournie en amont de l'inscription afin de définir le niveau de maîtrise des thèmes abordés.
- Un outil d'analyse préalable, fourni sous Excel, permet au futur stagiaire de prendre conscience du niveau d'analyse qui va lui être demandé et de commencer à travailler sur le sujet.

#### **Public visé :**

- Dirigeants d'entreprise, de business unit, cadres chargés du pilotage d'une structure ou présent au CODIR de l'entreprise,
- Futurs dirigeants, créateurs, repreneurs d'entreprises.

#### **Pré-requis :**

- Maîtriser la langue française, des outils numériques (type Excel)
- Disposer d'un ordinateur portable pour la formation.

#### **Modalité et délais d'accès :**

- La formation est accessible en intra à tout moment, en fonction du planning du stagiaire et de son entreprise, toute l'année (Août compris), en continu ou discontinu,
- L'action est assurée également dans les Communautés d'Outre-Mer et à l'étranger.

#### **Méthodes pédagogiques, moyens pédagogiques et d'encadrement**

- "*Comprendre en faisant*" : le stagiaire est invité à réaliser « in vivo » l'analyse stratégique de sa propre entreprise. Il repart avec une analyse complète.
- Chaque outil utilisé est enchaîné avec une séquence pratique permettant à l'entrepreneur d'utiliser le modèle sur sa propre entreprise et de confronter ensuite ce qu'il obtient en partageant avec les confrères et l'intervenant
- Le module est animé par un "consultant - formateur" auprès de publics de dirigeants et gouvernants, qui accompagne des dirigeants depuis 30 ans. Il intervient dans les domaines de la gouvernance, de la stratégie, du management des organisations, des RH, de l'entrepreneuriat et de la création d'entreprise. IGS, MBA Audencia/Telfer School/Tongji Uni, ESSEC Conduite du changement, Coach certifié IFG.

**Evaluation de la formation :**

- Complétude de la grille d'analyse des capacités stratégiques de l'entreprise (fournie en outil pédagogique sous Excel),
- Evaluation en séance sur les outils DAS, Tensions de Porter, PESTEL (évaluation semi-collective), SWOT
- Une grille d'évaluation post formation est complétée par le stagiaire

**Suivi de l'action de formation :**

- Un contact est proposé par e-mail au stagiaire, avant, pendant et après la formation, sans limitation de durée, afin de vérifier la validité de l'utilisation des outils utilisés en face-à-face pédagogique.
- Des capsules de formation sont fournies sous forme de vidéos (une centaine), d'une durée de 4 à 5 minutes, afin de revoir les sujets traités en face-à-face.

**Accès de la formation au public handicapé :**

- L'action est accessible à toute forme de handicap, notamment par le biais d'un médiateur si nécessaire (ex : langue des signes pour public malentendant). Pour les handicaps moteurs, un contact avec l'OPCO de référence et l'AGEFIPH régionale est proposé. L'action se tient dans les locaux choisis par le stagiaire (y compris en position allongée si nécessaire).

**Prix de vente :**

- 4 800 € HT pour les quatre jours
- Cette formation se décline en objectifs et durées intermédiaires au coût de 600 € HT/demi-journée.