

Management d'entreprise et stratégie

Code : A232

En présentiel :

Durée : 2 jours

Prix : 1090 € HT

Lieu : Paris

Liste des dates :

10 au 11 janvier

08 au 09 avril

08 au 09 juillet

07 au 08 octobre

05 au 06 décembre

En distancielle :

Nous contacter

Public concerné :

Directeur, responsable, manager ...

Intervenants :

Spécialiste en stratégie et en management d'entreprise

Pré-requis :

Aucun

Techniques

d'animation :

Alternance de théorie et de pratique.

Accompagnement.

Etudes de cas.

Exercices.

Mises en situation.

Retour d'expériences.

Jeux de rôles.

Objectifs :

Prendre du recul sur son quotidien, pour intégrer tous les facteurs (même externes à l'entreprise) dans la détermination de ses orientations
Avoir des outils pour analyser plus facilement des situations souvent complexes

Évaluer ses propres pratiques de direction pour assurer le déploiement d'une stratégie

Exercer son rôle de leader en mobilisant les hommes

Programme :

Analyser le champ stratégique de l'entreprise

- ✓ L'analyse stratégique : segmentation, courbes de vie et d'expérience : les matrices ; stratégies (BCG, Mc Kinsey, ADL)
- ✓ L'entreprise face à son marché : analyse concurrentielle, marchés cibles et positionnement stratégique
- ✓ Découpage des activités en domaines d'action stratégique
- ✓ Analyser le taux de croissance et le cycle de vie de ces actions
- ✓ Établir le diagnostic stratégique de l'entreprise

Les rôles de ses Business Unit dans la chaîne de valeur de l'entreprise

- ✓ Le concept de chaîne de valeur de Porter
- ✓ La différence entre activités primaires et de soutien
- ✓ Les facteurs de coût mis en évidence par la chaîne de valeur

Les éléments externes et internes susceptibles d'avoir une influence sur l'activité et son évolution

- ✓ La matrice SWOT
- ✓ Les recensements des éléments internes et externes
- ✓ Les conditions d'efficacité de l'utilisation de la matrice
- ✓ Les utilisations de la matrice SWOT

Les attentes de ses clients internes ou externes

- ✓ Les facteurs critiques d'attentes des clients
- ✓ Les satisfactions actuellement apportées
- ✓ L'identification des axes de performances

Les causes réelles et probables à l'origine d'un constat, pour sélectionner celles sur lesquelles agir en priorité

- ✓ Le principe l'arbre des causes : une approche systémique d'une situation
- ✓ La nécessité de compléter les causes apparentes par des hypothèses
- ✓ L'application du principe de Pareto aux causes identifiées
- ✓ La priorisation des causes sur lesquelles agir

Déployer la stratégie dans l'entreprise

- ✓ Qu'est-ce que l'alignement stratégique ?
- ✓ Aligner l'ensemble de l'entreprise pour exécuter la stratégie
- ✓ Faire du projet stratégique un projet partagé
- ✓ Communiquer sur les objectifs stratégiques pour susciter la confiance et obtenir l'adhésion

www.accofor.com

mpringez@accofor.com - Tél. 01 47 83 48 14 - Fax 01 72 56 13 73

N° de déclaration d'activité 11 78 81169 78

Les déploiements stratégiques réussis : le secret des structures compétitives modernes

- ✓ Organigramme plat, pilotage des projets, systèmes ouverts et interactifs
- ✓ Poids de l'information et de la communication
- ✓ Liaisons transversales et organisation par processus
- ✓ Connaître les facteurs clés de succès et d'échecs
- ✓ Analyser les différentes étapes pour entretenir une dynamique d'action
- ✓ Identifier ses marges de manœuvre au sein de son organisation
Détecter et développer les talents de ses collaborateurs

Développer son leadership dans ce cadre

- ✓ Connaître et anticiper les phases de transformation d'une organisation
- ✓ Repérer les sources de résistance au changement