

Stratégie d'entreprise : analyse, diagnostic et déploiement

Cours Pratique de 3 jours - 21h
Réf : INI - Prix 2025 : 2 150 HT

Ce stage vous propose une démarche pour définir une stratégie en s'appuyant sur les atouts de l'entreprise et prenant en compte l'ensemble des facteurs internes et externes. Il vous montre comment déployer cette stratégie et mobiliser les équipes en vue de son application.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

- 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

TRAVAUX PRATIQUES

Échanges et confrontation d'expériences, exercices sur la construction d'une démarche stratégique.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 05/2024

1) 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.

2) Analyser le contexte de l'entreprise

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

3) Réaliser votre diagnostic stratégique

- Analyse externe.
- Identifier vos concurrents.
- Évaluer l'offre et la demande du marché.
- Étudier la dynamique concurrentielle.
- Diagnostic interne.
- Construire la chaîne de valeur de l'entreprise.
- Identifier les ressources stratégiques de l'entreprise.
- Évaluer les compétences internes et leur transfert.

Exercice : Réaliser le diagnostic stratégique d'une entreprise donnée.

4) Les outils d'aide à l'analyse stratégique

- Utiliser les matrices PEST et SWOT.

PARTICIPANTS

Dirigeants, cadres supérieurs, membres de comité de direction.

PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

- Identifier les facteurs clés de succès.
- Créer la chaîne de valeur.
- Situer les cinq forces de Porter.
- Construire les matrices BCG et McKinsey.

Exercice : Construire la matrice SWOT et BCG de son entreprise.

5) 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.

6) Déployer la stratégie

- Identifier les conditions de réussite de la mise en œuvre.
- 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.

7) 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.

LES DATES

CLASSE À DISTANCE
2025 : 12 mai, 07 juil., 13 oct.

PARIS
2025 : 05 mai, 30 juin, 06 oct.