

OBJECTIFS

- Permettre à une équipe de direction de conduire une analyse stratégique avec des outils pertinents pour la taille et la problématique de l'entreprise
- Construire le plan de développement, cohérent avec la stratégie retenue et les objectifs généraux de la DG et/ou des actionnaires pour les 3/5 prochaines années.

CONTENU

- **1 Identification de l'entreprise**
- **2 Analyse du cadre de référence de l'entreprise**
 - Dirigeants
 - Contexte de l'entreprise
- **3 Activité de l'entreprise**
 - Les métiers
 - L'offre produits / services
 - Les marchés
 - Les Clients, utilisation de la matrice PRODUITS / MARCHES
 - Les territoires, zones géographiques
 - Les domaines d'activité stratégiques, DAS
 - Les concurrents par DAS
- **4 Les fondamentaux et les marges de manœuvre de l'entreprise**
 - Analyse économique et financière
 - Documents supports : compte de résultat, bilan, tableaux de bord
 - Analyse : CA, résultats, invest., stocks, comptes fournisseurs et clients
 - Les ratios : REX/CA, RN/fonds propres, endettement/FP, CAF, BFR
 - Analyse de la rentabilité des DAS et des segments produits
 - Bilan des fonctions RH, marketing, commerce, technique, fabrication
 - Bilan organisationnel / managérial, forces/faiblesses + enjeux CT / MT
 - Synthèse des forces, faiblesses et enjeux
- **5 Les ressources spécifiques et différenciantes**
 - Les métiers et les fonctions clés de l'entreprise
 - Les sources d'avantages compétitifs et de compétences distinctives
 - Les éléments de singularité
 - Les projets en cours et en réflexion
- **6 Positionnement stratégique de l'entreprise**
 - Analyse du secteur industriel : dynamique des marchés et des clients
 - Analyse des forces concurrentielles, matrice SWOT
 - Dynamique internationale de l'industrie
 - Analyse des DAS en termes attraits / atouts de l'entreprise
 - Construction de la matrice attraits / atouts de Mc KINSAY
 - Construction de la matrice force / cycle de D.LITTLE
 - Analyse de la valeur du portefeuille d'activités, enjeux
 - Analyse de l'impact de l'évolution conjoncturelle sur l'entreprise
 - Analyse des enjeux d'internationalisation pour l'entreprise
 - Examen des alliances potentielles pour l'entreprise
 - Évaluation des fonctions industrielles
- **7 Objectifs à 3 / 5 ans et identification des défis à relever**
 - Formalisation des objectifs généraux
 - Rappel des axes stratégiques de développement
 - Les leviers pour la mise en œuvre afin d'atteindre ces objectifs
- **8 Plan d'actions prioritaires et moyens à mobiliser**

Public concerné

- Comité de Direction
- Actionnaires

Pré-requis

- Avoir une bonne connaissance de votre stratégie globale

Les + de la formation

- Acquisition d'un outil et d'une méthodologie adaptés à l'entreprise + traitement concret du cas de l'entreprise

Approche pédagogique

- Pédagogie participative
- Alternance de théorie et de pratique

Moyens pédagogiques

- Diaporama
- Support fourni

En pratique

- **Durée : 5 jour(s)**
- Stage intra-entreprise

Formations complémentaires

- F102 Construire et piloter son plan stratégique

Votre contact

powerdo

Étienne HUBERT

Le Recca

47 rue du Dr Schweitzer

51100 Reims

Tél : 06 80 94 91 98

etienne.hubert@powerdo.fr

www.lerecca.fr