



DÉFINIR ET ACCOMPAGNER LE DÉPLOIEMENT DE LA STRATÉGIE

XAVIER MOULIES

DEVENIR

Nouméa, Nouvelle-Calédonie
(687) 78-05-18



6 jours

Si la définition d'une vision stratégique claire est indispensable à la réussite d'une organisation, la mise en œuvre de celle-ci au niveau opérationnel est tout aussi cruciale. Par ce module, vous passerez en revue les différentes options stratégiques telles que la diversification et l'externalisation. Vous serez ainsi en mesure de cartographier le modèle économique de votre entreprise et décliner sa stratégie en objectifs opérationnels.

POINTS FORTS

Une appréhension des notions basée sur des études de cas et sur les échanges d'expériences des participants.

Une démarche pragmatique, ancrée dans la réalité de l'entreprise.

Des techniques éprouvées, applicables directement en situation.

PUBLIC

Ce programme s'adresse tout particulièrement aux profils suivants :

- ▶ Managers désirant aiguiser leurs capacités managériales pour, *in fine*, piloter des équipes capables de performances et d'initiatives



CAROLE DONADA

Professeur au sein du département Management de l'ESSEC Business School, elle est docteur en sciences de gestion et habilitée à diriger des recherches à l'Université Paris Dauphine. Ses travaux portent sur les stratégies compétitives et collaboratives, les relations clients-fournisseurs et les business models. Elle se spécialise dans le secteur de la mobilité.

JOUR

ACTIVITES / COMPETENCES

THEMATIQUES

Alliances et partenariats stratégiques

1-2

- ▶ Développer un avantage concurrentiel grâce aux partenaires de l'entreprise
- ▶ Les partenariats et les alliances
- ▶ Les stratégies d'externalisation

Le modèle économique et la stratégie de l'entreprise

3-4

- ▶ Définir le modèle économique de l'entreprise et le cartographier
- ▶ Etablir un lien entre résultats financiers et stratégie
- ▶ Les stratégies de diversification
- ▶ Les nouveaux modèles d'affaires
- ▶ La stratégie Océan Bleu
- ▶ Le business model canvas

Business plan

5

- ▶ Définir et présenter le plan d'affaires en synthétisant les analyses stratégiques et marketing
- ▶ La structure du plan d'affaires

Déploiement opérationnel de la stratégie

6

- ▶ Identifier les leviers organisationnels du déploiement de la stratégie
- ▶ Décliner la stratégie en objectifs opérationnels et construire l'outil de pilotage de ces objectifs
- ▶ Les liens entre stratégie et structure organisationnelle
- ▶ Le modèle 7S
- ▶ Les outils de la méthode de Balanced Score Card