

100%

FORMATION

Découvrez les nouveautés
du dispositif 2018 - 2019

100 %

FORMATIONS

- ♦ PRÉSENTIELLES
- ♦ DIGITALES TUTORÉES
- ♦ CLASSES VIRTUELLES
- ♦ BLENDED LEARNING

FORMATS VARIÉS

- ♦ CONTINUS
DISCONTINUS
- ♦ EN CENTRE
DE FORMATION
- ♦ EN ENTREPRISE

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

PROGRAMME : « Définir et piloter les orientations stratégiques de son entreprise »

- Mener une analyse stratégique du diagnostic au plan d'action,
- Réaliser le diagnostic stratégique de l'entreprise (concurrence, offre et demande du marché, identification des ressources de l'entreprise, évaluation des compétences internes...),
- Connaître les outils d'aide à l'analyse stratégique (SWOT / Porter / Mac Kinsey / BCG...),
- Définir les orientations stratégiques pour répondre aux objectifs commerciaux et au marketing.

PRÉ REQUIS

- Connaître son offre commerciale et ses ressources internes
- Cette formation est destinée à toute personne en charge de définir et de conduire une analyse stratégique d'une situation, d'un segment de marché ou d'une activité.

DURÉE

- **2 Jours soit 14 heures**
- **Format : En présentiel**

- **INTER et INTRA**

Les modalités pédagogiques :

Elles sont essentiellement actives privilégiant la dynamique de groupe :

- Présentation d'outils et techniques applicables simplement par les participants,
- Ateliers en sous-groupes sur les thèmes donnés et restitution en groupe complet,
- Exercices basés sur l'expérience et le vécu,
- Exposés, discussions et apports théoriques,
- Jeu de rôle pour travailler les compétences transverses

Tout au long de la formation, l'accent sera mis sur la recherche de réponses pragmatiques aux situations exposés par les participants.

Descriptif des outils pédagogiques :

- Mind-Mapping (Mémaplan)
- Méthodologie commentée d'outils d'analyse
- Etude de cas sur des situations des clients
- Plan de progrès individuels

PROGRAMME DÉTAILLÉ

1ère demi-journée :

Atelier d'introduction : Identifier les étapes principales pour mener une analyse stratégique et son processus global

Revue commentée de la définition de chaque étape

- Les livrables types attendus à chaque étape
- La bonne compréhension de la notion de point d'étape
- Les règles d'or de chaque étape

Identifier les composantes et les acteurs internes et externes d'une analyse stratégique

- Méthodologie : Progression pas-à-pas et arbre de compétences
- Marché et clients par segments
- Clients internes et externes
- Concurrence
- Équipe de production
- Processus et savoir-faire
- Reporting
- Équipes de soutien
- Ressources externes (sous-traitants...)
- Composantes externes : régulations, concurrence...

2ème demi-journée :

Les déclinaisons possibles :

- Revue commentée des différents objectifs
- Analyse d'opportunité
- Analyse de faisabilité
- Analyse d'impact
- Analyse de risques

Connaitre les outils d'analyses stratégiques :

- Revue commentée des différents outils : SWOT / Porter / Mac Kinsey / BCG

3ème demi-journée :

- Mise en situation sur des situations exprimées par les participants
- Chaque sous-groupe utilisera une méthode différente afin de mettre en évidence chaque outil
- Analyse en sous-groupes

4ème demi-journée :

- Restitution avec cadrage et enrichissement par le groupe et le consultant
- Mise en évidence d'axes de progression individuelle

Évaluation à chaud

LIEU

- **INTER**
43 Quai de Grenelle 75015 PARIS
- **INTRA** sur toutes les régions possibles

ÉVALUATION

Les modalités d'évaluation sont effectuées :

En amont : Il est important de veiller à avoir un niveau de groupe homogène quel que soit le module de formation. A chaque démarrage, l'intervenant s'assure systématiquement via un QCM ou autre, du niveau de maîtrise des participants. De la même manière, nous évaluons et intégrons l'environnement des adhérents et les contraintes particulières qu'ils peuvent rencontrer sur une thématique bien précise.

Pendant : Ces évaluations se feront en continu tout au long de la formation, grâce à des tests, jeux de rôles, mises en situation, études de cas, QCM, qui valideront l'intégration des connaissances par la montée en compétences du participant. Elles permettront au formateur de réguler et d'ajuster la progression pédagogique et ainsi de maximiser l'atteinte des objectifs de formation.

A la fin de la formation : Un tour de table sera effectué pour faire l'évaluation à chaud. L'évaluation de la satisfaction client est réalisée par questionnaire auprès des participants dans la foulée. Cette analyse des acquis et de la satisfaction client, contribue à identifier les besoins complémentaires de montée en compétences de chaque participant, à alimenter l'activité de veille pédagogique pour l'évolution des programmes et constitue une évaluation de la qualité de l'animation pédagogique qui sera restituée au formateur.

Ces évaluations sont systématiques et sont également faite pour vérifier que les indicateurs de réussite de l'action ont été atteints et prévoir une action corrective si cela est nécessaire.

CONTACTS

Corinne VILLEPREUX, Responsable Partenariats

corinne.villepreux@groupe-ifg.fr

Votre interlocutrice privilégiée qui assure la **relation avec les clients**, la coordination pédagogique (programmes et intervenants), l'évaluation de la qualité des formations.

Catherine COURMONT, Chargée de clientèle

catherine.courmont@groupe-ifg.fr

Votre interlocutrice pour la partie gestion administrative : l'organisation, les inscriptions, les convocations, les attestations de formation...