

## INFORMATIONS PRATIQUES

### CONTACT ADMINISTRATIF

Arnaud Ferrandiz  
formation@etan-groupe.fr

### DURÉE DE LA FORMATION

--> présentiel = 21 h  
--> e-learning = 00 h

### PRE-REQUIS

Aucun  
Questionnaire de positionnement  
en début de formation.

### PUBLIC CONCERNÉ

Managers et dirigeants.

### LES +

Mise en avant d'outils Marketing  
simples, efficaces et efficaces.  
Suivi personnalisé post formation par  
téléphone et sur site pendant 2 mois.

### RÉFÉRENT PÉDAGOGIQUE

Arnaud Ferrandiz, responsable  
formation.

### MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Mise en situation, jeux de rôles,  
exercices pratiques.

### EVALUATION

Fiche de validation des acquis en fin  
de formation.  
Reformulation des acquis oralement  
après chaque journée.

### ACCESSIBILITÉ

Pour les personnes en situation de  
handicap, veuillez nous contacter.

### DATES PERSONNALISÉES

### TARIFS SUR DEVIS

Après analyse des besoins

MAJ : le 29/01/2024

# DÉFINIR SA STRATÉGIE D'ENTREPRISE



## NOTRE MISSION

Vous accompagner à définir une stratégie s'appuyant sur les atouts de l'entreprise et prenant en compte l'ensemble des facteurs internes et externes. Comment déployer cette stratégie et mobiliser les équipes en vue de son application.



## OBJECTIFS OPÉRATIONNELS ET PÉDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Comprendre la démarche de la réflexion stratégique.
- Acquérir les outils d'analyse de l'environnement interne et externe.
- S'approprier et mettre en oeuvre les matrices d'aide à la décision.

## PROGRAMME



### JOUR 1

#### 1/ Comprendre ce qu'est une stratégie d'entreprise et son utilité

Quelles visions à 3/5 ans de votre projet ?  
Évolutions stratégiques tout au long de la vie de l'entreprise.  
De la réflexion au déploiement.

#### 2/ Définir les objectifs et les ambitions

Identifier les cycles de vie marché / produits.  
Définir ses Domaines d'Activités Stratégiques (DAS).  
Se fixer des objectifs : utilisation outil SMART ou 4P mix marketing.

#### 3/ Estimer les compétences clés de l'entreprise

Les 7 défis stratégiques de l'entreprise.  
L'analyse de la chaîne de la valeur.



### JOUR 2

#### 4/ Comprendre le marché (outil SWOT)

Identifier la concurrence et les opportunités du marché.  
Mesurer les capacités de l'entreprise à répondre aux besoins du marché.  
Apprendre à connaître ses points forts et ses points à améliorer.  
Anticiper les évolutions micro et macroéconomiques : quels enjeux pour l'entreprise ?

#### 5/ Déterminer et qualifier les cibles

La différence entre Suspect, Prospect et Client.  
Les stratégies de développement commercial :

- Image stratégique,
- Types d'approche selon la cible,
- Importance de chaque cible.



### JOUR 3

#### 6/ Identifier les angles d'attaques

Quel process de décision pour votre futur client ?  
Comment intervenir et se faire connaître ?  
Focus sur la méthode « Destination Clients ».

#### 7/ Se préparer pour gagner

Définir son plan d'action et les moyens pour le réaliser :

- Investissement,
- Formation,
- Outils, ...