

# STRATÉGIE

## Construire un diagnostic stratégique

### PUBLIC

Dirigeants, managers

### OBJECTIFS

- Étudier les interactions entre les organisations et leur environnement
- Connaître les principaux concepts et outils de base en analyse stratégique
- Réaliser un diagnostic stratégique
- Réfléchir aux aspects dynamiques des processus décisionnels et de gestion

### PROGRAMME

- Évaluer l'environnement externe
  - Étudier l'environnement concurrentiel de l'organisation
  - Comprendre et mener une segmentation stratégique et sectorielle
  - Comprendre et utiliser les outils d'analyse externe
  - Mettre en évidence les facteurs clés de succès dans un domaine d'activité stratégique
- Évaluer les capacités internes
  - Comprendre et utiliser les outils d'audit interne
  - Identifier les forces et les faiblesses de l'entreprise
  - Mettre en évidence les avantages concurrentiels existants et potentiels
  - Formuler la stratégie par le business model

DURÉE (INTRA)

2 jours

TARIF INTRA  
SUR DEVIS

## Repenser son business model

### PUBLIC

Dirigeants d'entreprises et managers de centres de profits

### OBJECTIFS

- Comprendre la légitimité de l'entreprise sur son marché
- Comprendre comment traduire une idée d'affaires en un business model explicite et cohérent
- Savoir configurer ou reconfigurer le business model d'une entreprise

DURÉE (INTRA)

2 jours

TARIF INTRA  
SUR DEVIS

### MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Ce module est animé de façon dynamique en alternant exposés, études de cas et analyses de situations de reconfiguration du business model.

### PROGRAMME

- De la vision stratégique au business model
- La proposition de valeur
- L'architecture de valeur
- L'équation de profit
- Configuration et reconfiguration du business model