

Les outils d'analyse stratégique

Pour qui ?

Membres du Codir, responsables de B.U. ou de centres de profit, managers intermédiaires.

Objectifs :

Savoir utiliser les outils pour analyser son activité.
Prendre des décisions adaptées.



© ioannis kounadeas / Fotolia

Programme :

1. Evaluer et apprécier la stratégie de l'entreprise

- Observer les récentes évolutions de l'environnement économique
- Prendre en compte l'exigence accrue des consommateurs
- Faire l'analyse interne et externe de l'entreprise : SWOT
- Etudier la concurrence sur le secteur d'activité de l'entreprise : Porter

2. Analyser la stratégie d'activité de l'entreprise

- Déterminer le positionnement de l'entreprise sur le secteur d'activité
- Les modèles d'analyse stratégique (le modèle ADL; la matrice BCG 2)
- Analyser le portefeuille d'activités des SBU (Strategic Business Units) : la matrice Mac Kinsey
- Effectuer le découpage des activités en DAS (Domaine d'Action Stratégique)

3. Adopter d'autres approches stratégiques

- Appréhender les stratégies de domination par les coûts
- Connaître les stratégies de différenciation
- Intégrer les stratégies de portefeuille
- Maîtriser les stratégies d'intégration

4. L'idée de « Compétence distinctive »

- Poser la responsabilité sociale de l'entreprise
- Ecrire projet d'entreprise, valeurs managériales, facteurs différenciants
- Arrêter son arbitrage des manœuvres stratégiques en fonction des ressources
- Mettre en œuvre et communiquer ses choix stratégiques

Les + pédagogiques :

- Session de groupe pouvant être suivie d'accompagnement individuel.
- Apports conceptuels, exercices et cas concrets tirés de l'entreprise cliente.

DIRECTION ET MANAGEMENT DE
CENTRE DE PROFIT