

# LE PLAN STRATEGIQUE : DEFINIR LE CAP ET Y ALLER ...

## PUBLIC CONCERNÉ

Dirigeants avec ou non  
les membres du CODIR

## OBJECTIFS

Assurer la pérennité et le  
développement  
de l'entreprise

- Construire sa vision d'entreprise
- Définir les axes de travail
- Mener à bien les chantiers issus des axes

## MÉTHODOLOGIE

- Elaboration de l'ambition stratégique et du cadre de référence
- Identification des forces et faiblesses au regard des opportunités et menaces du marché
- Mise en place des chantiers avec animation éventuelle

### Définition de l'ambition stratégique

- Clarification de l'ambition
- Construction du cadre de référence (mission, compétences, savoir-faire, avantages concurrentiels, valeurs ...)

### Analyse de l'environnement stratégique

- Identification des menaces (ex : la réglementation, la concurrence, le tissu économique ..)
- Identification des opportunités (ex : la technologie, les modes de consommation, la mondialisation ...)

### Analyse du potentiel

Exemples : les finances, la notoriété, les hommes, les clients ...

### Analyse des faiblesses

Exemples : le management, le marketing, l'organisation ...

### Synthèse pour déterminer les axes prioritaires

Exemples :

- Elaborer une stratégie marketing pour élaborer des produits/services à valeur ajoutée
- Construire une organisation efficace

### Définition des axes de travail et déclinaison en chantiers

Exemples :

- Structurer la veille commerciale sur les évolutions de marchés
- Créer les offres et leur marketing mix

### Création de groupes de travail affectés à chaque chantier

- Animation de certains groupes au lancement
- Mise en place du suivi des actions
- (ex : Diagramme de Gantt)



## CHRISTÈLE BARAL

intervient auprès des dirigeants  
et cadres pour accompagner  
l'entreprise dans son  
développement  
**06 61 13 85 04**  
christele.baral@wanadoo.fr  
www.christelebaral.fr