

FORMATION

BATIR SA STRATEGIE D'ENTREPRISE

GRACE A DES OUTILS D'AIDE A LA DECISION PERSONNALISES

Objectifs pédagogiques :

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- **Analyser et diagnostiquer la situation de son entreprise** à partir de données concrètes, observables et vérifiables (activité, offre, cibles, moyens, performances).
- **Identifier et comprendre les mécanismes fondamentaux de la stratégie d'entreprise**, en distinguant la vision, les objectifs, les moyens et les actions opérationnelles.
- **Construire une stratégie claire, cohérente et réaliste**, adaptée à ses ressources humaines, financières et organisationnelles.
- **Formaliser un plan d'actions chiffré et pilotable**, en priorisant les leviers de développement et en définissant des indicateurs de suivi pertinents.
- **Utiliser des outils d'analyse et d'aide à la décision**, notamment la *Matrice Muncy* et la *méthode CAM*, pour structurer sa réflexion et renforcer sa posture stratégique de dirigeant

Public visé :

Entrepreneurs, dirigeant-e-s de TPE/PME, créateur-ice-s d'entreprise, porteurs de projets ou responsables du développement stratégique.

Pré-requis :

Avoir une activité en cours ou un projet structuré. Une connaissance générale de son offre, de son marché et de ses résultats est recommandée.

Durée : 1 jour (7h)

Tarif : 500€ HT

Méthodes pédagogiques :

Exposés interactifs, études de cas, schémas visuels, exercices d'application sur l'activité réelle des stagiaires, livrables à compléter et plan d'action personnalisé.

Méthodes d'évaluation :

Exercices pratiques tout au long de la formation (analyse CA, projections, tableau de planification), restitution du plan d'action en fin de session.

Encadrement :

Formation animée par un expert en stratégie entrepreneuriale et structuration des marques, fondateur du cabinet MUNCY, professeur de brand management en école de commerce, spécialisé dans l'accompagnement des entreprises créatives.

Accessibilité handicap :

Merci de nous contacter pour anticiper toute demande spécifique (locaux accessibles, adaptation des supports, temps de travail...).

Délai et modalités d'accès :

À la suite d'une demande par email ou téléphone, un échange préalable permet de valider les besoins. La formation peut être mise en place sous un délai de 2 à 3 semaines.

PROGRAMME

1. NOTIONS CLEFS ET BOITE A OUTILS

1. Stratégies

- Stratégie d'entreprendre vs Stratégie d'entreprise : définitions et illustrations
- Passage de Personne physique à personne morale
- Hiérarchie de stratégies

Stratégie d'entreprise > stratégie de marque (plateforme de marque) > stratégie créative (idée créative) > stratégie de communication & marketing (plan de communication) > Stratégie de moyens

- Stratège ou stratégiste

2. Design Thinking

- Introduction à la notion
- Présentation du Design Thinking : désirabilité / faisabilité / viabilité
- Illustrations et exemples

3. Triangle de performance

- Triangle de performance : Objectif / Moyens / Résultat : Pertinence – Efficacité – Efficience
- Schémas du triangle de performance
- Illustrations et exemples

4. Gestion de la marque (Brand Management)

- Démarche de communication / Emetteur - Récepteur
- ADN / Plateforme de marque / idée créative / Charte graphique = Expression de marque
- Alignement : Créateur – Produits – Services – communication - Perception
- Dépenses de communication : différence entre dépenses de Notoriété et d'acquisition
- Communication Vs Marketing Vs Commercial

5. Méthode CAM (Comprendre – Apprendre-Maitriser)

- Métaphore du pêcheur / chercheur d'or / perles
- Méthode CAM : Approche Scientifique : formaliser / qualifier / Tester / Capitaliser
Connaître son écosystème / Sortir de son atelier
- Schémas de la méthode CAM
- Notions de PPUVC (Plus petites unités et variables connues)
- Identifier un max de variables et facteurs (discours/vente)
- Quoi : prix/offre / collection / merch/positionnement
- Définir ses cibles : qui achète ? quoi ? et pourquoi ?
- Transmettre sa méthode de vente : former / recruter (vendeur / commercial/agent)
- Bâtir ses stratégies de Communication - Commerciale - Marketing

► **Evaluation intermédiaire : QCM sur les notions abordées lors de la 1ere demi -journée.**

2. LIRE SA STRATEGIE D'ACTIVITE

- Présentation de la Matrice MUNCY / Présentation : outil de compréhension et d'analyse de son activité
- Schémas de la matrice
- Utiliser la matrice : CA/Pc : ventilation Produits/services en % ON/OFF – BTB/BTC – FR/INTL - ...
- Redescendre aux PPUVC (plus petites variables et unités connues)
- Exercice pratique : Matrice de Muncy : Mise en Application sur votre CA N-1

3. DEFINIR SA STRATEGIE D'ACTIVITE

- Projection stratégique avec la matrice Muncy
- Objectifs : CA/ pc : 50K / 500k / 5 M / 50 M vs Temps / Argent / Energie
- Définir une stratégie adaptée à chaque famille de produit ou Gamme.
- Redescendre aux PPUVC (plus petites unités et variables connues)
- Exercice pratique : Matrice de Muncy : Mise en application sur votre CA N+1

4. DEFINIR LES MOYENS / MESURER LES ECARTS

- Comprendre les écarts entre les 2 matrices (N-1 et N+1)
- Identifier les leviers et moyens nécessaires : RH, Fi,..
- Identifier les zones d'incertitude et d'apprentissage restantes
- Points de blocage et impératifs d'actions/décisions.
- Ajuster les objectifs (Aller/Retour) au regard de la Désirabilité / Faisabilité / Viabilité & Argent/Temps/Energie
- Progresser et reconnaître le temps nécessaire

5. PLAN D' ACTIONS CHIFFRE

*Objectifs : savoir projeter ses objectifs de ressources et de dépenses (moyens) sur les 12 prochains mois.
Disposer d'un tableau de gestion et de suivi. Valider les moyens mis en place.*

1. Présentation du tableau

- Ressources : CA-pc / Ventilation mensuelle sur 12 mois / gamme/produits
- Dépenses : Charges fixes / Charges Variables : HA et dépenses d'acquisition
- Solde & Solde Cumulé cf. besoin en financement/ Point mort.

2. Points d'attention :

- Spécificités BTB / BTC et marché : saisonnalités / délais de règlement / Décision d'HA...
- Rester Focus / décider de ne pas faire si pas prévu.
- Evaluer par couleurs le niveau de difficulté et d'Energie sur chaque ligne (faisabilité).
- Se rémunérer / valoriser et capitaliser son apport

6. PLAN DE FINANCEMENT, D'ENERGIE ET DE TEMPS

- Présentation du tableau : Dépenses / ressources
- Source des moyens : associé / partenaire / fournisseur / banque / Love Money /communauté...
- Evaluer aussi ses dépenses et sources d'Energie personnelles et de temps disponible.

► **Evaluation finale : QCM sur les notions abordées lors de la 2nd demi -journée.**