

Déployer la stratégie de l'entreprise

Ce programme de formation fait partie du Cycle 3 des écoles du management. Il peut être suivi indépendamment des autres modules de ce cycle.

Publics concernés

Chef de Service, Responsable opérationnel en lien direct avec le Comité de Direction (cadre, futur cadre, jeune ingénieur), Responsable de projet complexe (technique, organisation, industrialisation), Responsable de PME.

Durée de la formation

2 jours (14 heures)

Prérequis

Pas de prérequis.

Objectifs

Décliner la stratégie de son entreprise et la déployer dans les différents départements/services

En fin de formation, les bénéficiaires seront capables de :

Découvrir les différents modèles stratégiques

Analyser les forces et les faiblesses de son entreprise/service

Pratiquer le benchmarking

Élaborer la stratégie de son entreprise/service

Déployer la stratégie et en mesurer les impacts

Suivi et évaluation

Mode de suivi :

Modalités de suivi propre à l'AFPI CVDL, inscrites dans une démarche qualité enregistrée auprès du DATADOCK

Evaluation :

Attestation de capacité (en lien avec les objectifs du programme)

Méthode pédagogique et Encadrement

Méthode pédagogique :

La pédagogie utilisée par l'équipe favorise la participation et suscite l'implication des participants par un lien permanent entre les thématiques abordées, les comportements et les outils à développer et le contexte des participants :

Études de cas (réalisées à partir de situations concrètes)

Mises en situation et entraînement

Expérimentation terrain (pratique de l'audit)

- Partage d'expériences (en salle et sur site)
- Tests
- Travaux de groupes
- Apports didactiques et méthodologiques

Programme

1. Les stratégies possibles :

- Les différentes stratégies d'entreprises au travers d'exemples concrets d'entreprises connues.
- Identifier les stratégies adaptées aux données de son entreprise

2. Analyser les forces et les faiblesses de son entreprise/service :

- Le modèle SWOT :
 - L'appliquer à son entreprise et son service
- Développer ses capacités de diagnostic
- Définir les axes prioritaires de la stratégie

3. Pratiquer le benchmarking :

- Que faut-il comparer ?
- L'analyse PESTEL
- Utiliser la veille technologique
- S'appuyer sur les fournisseurs

4. Déployer la stratégie dans son entreprise/son service :

- Les différents outils de déploiement :
 - Le pilotage (war room, A3, 8D)
 - Les road maps
 - Le plan de déploiement

Mode d'apprentissage :

- Formation en présentielle basée sur l'alternance de différentes modalités pédagogiques

Encadrement :

- Formateur expert

Moyens techniques et livrable fin de formation

- Attestation de formation

Lieux, dates et tarif de la formation

- Contactez-nous par l'intermédiaire de notre site internet :
- www.pole-formation-uimm-centrevaldeloire.com/

Contacts

Voir en bas de page les adresses et numéros de téléphone de nos sites de formation en Région Centre-Val de Loire.