

Management stratégique d'une TPE-PME

MANAGEMENT STRATÉGIQUE D'UNE TPE-PME

**10 jours - 70 heures
Amplitude de 14 semaines.**

Public concerné

Dirigeant salarié d'une TPE PME, cadre dirigeant d'une TPE PME, membre d'un Comité de Direction, directeur d'une Business Unit.

Objectif

- À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de définir ou adapter une stratégie globale pour son entreprise et ainsi piloter et coordonner les objectifs stratégiques à long terme autant que les activités opérationnelles quotidiennes de l'entreprise.

Pré-requis

- Être en charge de la gestion stratégique d'une TPE PME.

Objectifs pédagogiques

- Savoir analyser la situation de l'entreprise et l'évaluer pour identifier les risques et les opportunités.
- Savoir élaborer un business plan.
- Comprendre le management stratégique d'une TPE PME.
- Maîtriser la gestion stratégique d'une TPE PME et savoir mobiliser les forces nécessaires à la réalisation des objectifs (finances, investissement, commercial, marketing, ressources humaines, management et RSE).
- Mettre en place des systèmes et outils de veille stratégique / intelligence économique / R&D adaptés à la TPE-PME.
- Créer ou optimiser les outils de pilotage du projet (tableaux de bord...).

Moyens pédagogiques

- Support de cours.
- Diffusion de PowerPoint.
- Exercices et études de cas.
- Travail en sous-groupes.
- Débats, échanges et retours d'expériences avec les formateurs.

Modalités d'évaluation des acquis

IPTIC-Numéro Déclaration d'Activité : 11 75 48018 75 - <https://iptic.fr/>

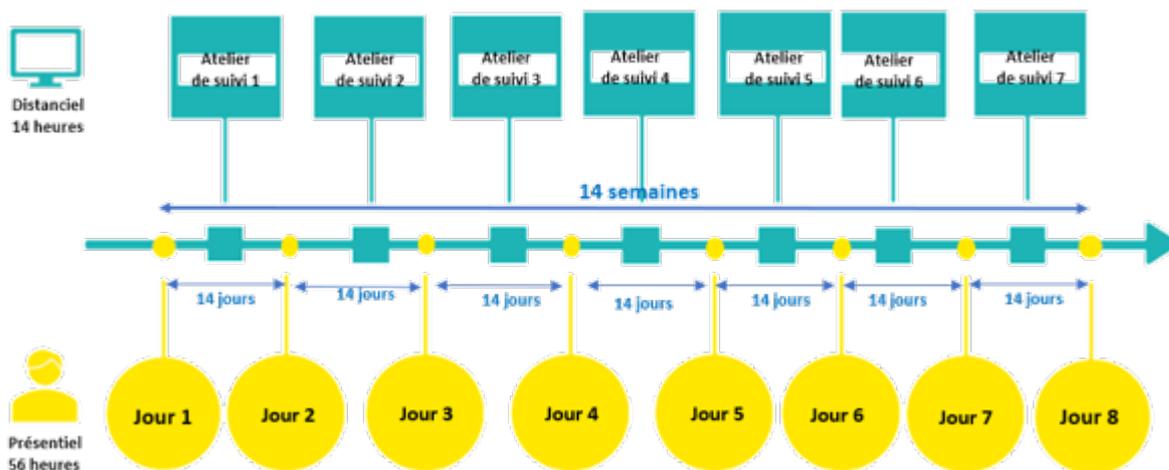
- Remise d'un plan d'action stratégique par le stagiaire à jour du 29/11/2024 (édigé de 10 pages maximum formats, Word, Excel PPT) et présentation orale devant un jury.

Validation

- Feuilles d'émargement individuelles et attestation de formation.

Parcours de formation

- Le parcours est composé de 8 journées en présentiel (tous les 14 jours) et de 7 ateliers inter-sessions d'une durée de 2 heures à distance. Ces ateliers inter-sessions ont pour objectifs de guider les participants dans la construction de leur plan d'action et de faire le lien avec la thématique vue en formation précédemment.



Jour 1 : Ouverture du parcours "Management stratégique d'une TPE-PME"

Présentation, attentes des participants, enjeux de la formation, attendus.

Accueil :

Tour de table

1. Présentation du parcours de formation (objectifs, déroulé, atelier de suivi, modalités d'évaluation).
2. Présentation d'IPTIC et des formateurs (parcours personnel et professionnel, thématique...).
3. Présentation des stagiaires (parcours professionnel et personnel, fonctions, attentes...).
4. Présentation des TPE-PME dans lesquelles évoluent les stagiaires (historique, environnement, marché, business modèle, ressources...).
5. Identification des leviers d'amélioration et définition des actions qui viendront alimenter le plan d'action stratégique de chacun des stagiaires.
6. Présentation des services proposés par Atlas qui pourraient permettre aux stagiaires de trouver des solutions à leurs problématiques emploi-RH-formation, par exemple: l'offre d'Appui Conseil RH.
7. Présentation des modalités d'évaluation et du travail de restitution attendu.

Cette première journée de formation sera l'occasion pour chacun des participants de valider, avec les formateurs, l'orientation de son plan d'action stratégique en fonction des enjeux et de l'environnement de sa TPE-PME.

IPTIC-Numéro Déclaration d'Activité : 11 75 48018 75 - <https://iptic.fr/>

Ce plan d'action stratégique sera coconstruit par les participants et présenté au cours de la dernière journée, il servira de base à l'évaluation des acquis.

ATELIER DE SUIVI 1

Distanciel = 2 heures

Jour 2 : Savoir analyser la situation de l'entreprise et l'évaluer pour identifier les risques et les opportunités

Le diagnostic d'entreprise.

Accueil :

Tour de table.

Attentes des participants.

Présentation des objectifs et du programme de formation.

Savoir adapter ses choix stratégiques à la réalité de son entreprise :

Analyser les forces et les faiblesses de son entreprise :

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

- **Étude de cas : Les grilles de PORTER**

Pratiquer le benchmarking :

Diagnostic 1 :

- L'analyse PESTEL.
- Utiliser la veille technologique.
- S'appuyer sur les fournisseurs.

Permettre l'appropriation sur le terrain des acquis de la classe :

Applications intersessions :

- Définition des mises en application.
- Auto-diagnostics.

Risques et opportunités.

Faire le lien entre les apports de la session précédente et la vie sur le terrain :

Débriefing de la période intersessions :

- Restitution des mises en application individuelles.

Permettre une analyse globale de l'environnement :

Diagnostic 2 :

- Analyse de la concurrence, du marché, des contraintes normatives, réglementaires.

Comprendre les enjeux des choix stratégiques :

Risques et opportunités :

- L'identification des risques, prévention et gestion.
- L'identification des opportunités et plan d'action.

Pérenniser les acquis de la formation :

Perspectives :

- Initiatives et engagements des participants.

IPTIC-Numéro Déclaration d'Activité : 11 75 48018 75 - <https://iptic.fr/>

Évaluation – Conclusion :

Évaluation de satisfaction des stagiaires.

ATELIER DE SUIVI 2

Distanciel = 2 heures

Jour 3 : Savoir élaborer un business plan

Introduction.

Accueil :

Tour de table.

Attentes des participants.

Présentation des objectifs et du programme de formation.

Découverte des différentes étapes du business plan :

Qu'est-ce qu'un business plan ?

- Définition du business plan.

Maîtrise du processus d'élaboration d'un business plan :

Les différentes étapes du business plan :

- L'entreprise et ses produits, ses clients et la concurrence.

- Le projet d'entreprise.

- Sa stratégie.

-Le financement du projet.

Maîtrise de la construction d'un Business Plan :

La construction d'un business plan :

-Présentation :

- *la stratégie de l'entreprise.*

- *les objectifs.*

- *les financements.*

- **Cas pratique.**

Debrief :

Recensement des points forts et des points sur lesquels revenir.

La construction de son business plan.

Définir sa stratégie :

Ses produits.

Ses clients.

Ses concurrents.

Ses forces/Ses faiblesses.

Se projeter à Court Terme, Moyen Terme et Long Terme :

Ses prévisions de chiffres d'affaires, de coûts, de résultats.

Ses investissements.

Ses financements.

Maîtriser la présentation et la négociation de son Business Plan :

Présentation de son business plan :

- Construction de son BP.
- Présentation de ses arguments.

- **Cas pratique.**

Évaluation – Conclusion :

Évaluation de satisfaction des stagiaires.

ATELIER DE SUIVI 3

Distanciel = 2 heures

Jour 4 - Comprendre le management stratégique d'une TPE-PME

Prendre le chemin du management stratégique.

Accueil :

Tour de table

Attentes des participants

Présentation des objectifs et du programme de formation.

Connaître les principes de base d'un management stratégique :

Qu'est-ce le management stratégique ?

- Définitions : Management, management stratégique et management opérationnel

Découvrir les différents modèles stratégiques :

Les stratégies possibles :

- Les différentes stratégies d'entreprises
- Identifier les stratégies adaptées aux données de son entreprise.

Comprendre l'impact des choix stratégiques de l'entreprise sur une politique managériale :

La cohérence du management avec une vision à long terme :

- Les grands modes de management et leurs possibilités d'intégration selon les contextes.

État des lieux.

Débriefing de la période intersessions :

Faire le lien entre les apports de la session précédente et la vie sur le terrain :

- Quelles initiatives, quelles réflexions sont survenues suite à la séquence précédente.

Comprendre les conditions de réalisation d'un diagnostic global préalable à la définition d'une stratégie :

La nécessité d'un diagnostic :

- Que faut-il analyser ?

- Approche de la formation : "Savoir analyser la situation de l'entreprise et l'évaluer pour identifier les risques et les opportunités ».

Initier l'évolution :

Favoriser la mise en place d'un management stratégique :

- La communication sur une vision, une stratégie, des objectifs.

Applications intersessions :

Permettre l'appropriation sur le terrain des acquis de la classe :

- Définition des mises en application .

- Auto-diagnostics.

La mise en œuvre.

Débriefing de la période intersessions :

Faire le lien entre les apports de la session précédente et la vie sur le terrain :

- Quelles initiatives, quelles réflexions sont survenues suite à la séquence précédente.

Comprendre les principes de dynamique de groupe :

Mobiliser le collectif :

- Gouvernance et leadership.
- Fédérer autour d'une stratégie d'entreprise.
- Favoriser la cohésion d'équipe.

Transformer l'essai.

Débriefing de la période intersessions :

Faire le lien entre les apports de la session précédente et la vie sur le terrain :

- Quelles initiatives, quelles réflexions sont survenues suite à la séquence précédente.

Comprendre comment optimiser la contribution des collaborateurs :

Mobiliser les individus :

- Accompagner la performance.
- Le manager coach.
- Les sources de motivation.

Adapter la politique RH à sa stratégie :

Gestion prévisionnelle des emplois et des compétences :

- Anticiper les besoins de formation générés par le déploiement stratégique.
- Adapter une éventuelle politique de recrutement.

Savoir identifier et planifier les actions managériales appropriées :

Structurer son action managériale :

- Impacts recherchés.
- Actions collectives.
- Actions individuelles.

Perspectives :

Pérenniser les acquis de la formation :

-Initiatives et engagements des participants.

Évaluation – Conclusion :

Évaluation de satisfaction des stagiaires.

ATELIER DE SUIVI 4

Distanciel = 2 heures

Jour 5 - Maîtriser la gestion stratégique d'une TPE-PME

Accueil :

Tour de table.

Attentes des participants.

Présentation des objectifs et du programme de formation. Dernière mise à jour : 29/11/2024

Qu'est-ce que la stratégie pour une organisation ?

Comment définir un plan stratégique d'activité et sa mission d'activité globale, en liaison avec tous les postes de l'organisation ?

Découvrir le processus de planification stratégique en cohérence avec son environnement économique-culturel :

- Matrice d'aide à l'analyse: SWOT, PESTEL, force de Porteur.

Comprendre et analyser son image en interne et en externe :

- Matrice d'aide à l'analyse: prise de Kapferer, Rosace de Marie-Claude SICARD.

- Comprendre et analyser son business model – Business Model Canva et ses besoins en cash flow.

Identifier les stratégies adaptées aux données de son entreprise :

- Matrice SMART

- Comprendre l'impact des choix stratégiques de l'entreprise sur une politique managériale.

- La cohérence du management avec une vision à long terme : Méthode Mintzberg.

Construire son plan de mission stratégique global et le faire appliquer :

- Impact en cadran et conduite du changement.

Débriefing de la période intersessions :

Faire le lien entre les apports de la session précédente et la vie au sein de l'organisation. Quelles initiatives, quelles réflexions sont survenues suite à la séquence précédente?

Comprendre les principes de dynamique de groupe pour mobiliser le collectif :

- Fédérer autour d'une stratégie d'entreprise en favorisant la cohésion d'équipe et interservices

- Communication interne / définition du planning / mise en place de relais et de story telling.

- Méthode KAISEN

- Maturité prospective

- Recadrage

Débriefing de la période intersessions :

Faire le lien entre les apports de la session précédente et la vie au sein de l'organisation. Quelles initiatives, quelles réflexions sont survenues suite à la séquence précédente.

Perspectives :

Pérenniser les acquis de la formation :

-Initiatives et engagements des participants.

Évaluation – Conclusion :

Évaluation de satisfaction des stagiaires.

ATELIER DE SUIVI 5

Distanciel = 2 heures

Jour 6 - Mettre en place des systèmes et outils de veille stratégique adaptés à la TPE-PME

Accueil :

Tour de table.

Attentes des participants.

Présentation des objectifs et du programme de formation.

IPTIC-Numéro Déclaration d'Activité : 11 75 48018 75 - <https://iptic.fr/>

Qu'est-ce la veille? À quoi sert-elle? Comment la mettre à jour : 29/11/2024

Connaître son marché et son environnement :

Aide au choix et au suivi: Matrice LCAG, ANSOFF, BCG, ADL, McKinsey.

Recherche et innovation: savoir élaborer son offre :

Bien tangibles ou intangibles ?

- les 9 leviers d'action produits.

- Les 7 leviers d'actions services.

- Les 3 volets de la mercatique des services.

- Savoir créer des gammes et des assortiments.

Intelligence économique :

Savoir développer les compétences en interne ou les externaliser?

Réflexion: comment passer de théorie à la pratique au sein de l'organisation ?

Évaluation – Conclusion :

Évaluation de satisfaction des stagiaires.

ATELIER DE SUIVI 6

Distanciel = 2 heures

Jour 7 - Créer ou optimiser les outils de pilotage du projet (tableaux de bord...)

Le tableau de bord et ses indicateurs.

Accueil :

Tour de table.

Attentes des participants.

Présentation des objectifs et du programme de formation.

Découverte des différentes facettes d'un tableau de bord :

Qu'est-ce qu'un tableau de bord ?

- Les différents points de vue d'un tableau de bord.

Les principales fonctions du tableau de bord :

La définition du tableau de bord :

- L'utilité du tableau de bord.

- Les différents tableaux de bord et leur fonction.

L'acquisition de la méthode de construction d'un tableau de bord et le choix des indicateurs de gestion et des graphiques :

La construction du tableau de bord :

- Les objectifs du tableau de bord.

- La méthode de construction.

- Les indicateurs.

- **Cas pratique.**

Présentation des différents tableaux :

Restitution du cas pratique.

Debrief :

Les points forts et les points à revoir.

Dernière mise à jour : 29/11/2024

La construction de son tableau de bord.

Construction d'un tableau de bord utile, utilisable et utilisé :

Les règles d'or d'un bon tableau de bord :

- Finalités et spécificités du TDB.
- Principes incontournables.
- Les facteurs clé de succès.
- Les indicateurs.

Connaître les conditions pour mettre en œuvre un tableau de bord :

Les conditions de production et d'utilisation du tableau de bord :

- Les conditions et la démarche d'aide à la construction d'un TDB.
- L'architecture du TDB.
- Le contenu.
- La présentation.
- L'analyse.

Choisir les indicateurs en fonction des spécificités de son activité :

Le choix de ses indicateurs :

- Les indicateurs : commerciaux, de production, de prestations, sociaux, financiers.

Présenter son tableau de bord et son analyse en 5 min :

Présentation de son tableau de bord avec ses indicateurs de gestion.

Évaluation – Conclusion :

Évaluation de satisfaction des stagiaires.

ATELIER DE SUIVI 7

Distanciel = 2 heures

Jour 8 Clôture du parcours « Management stratégique d'une TPE-PME »

Accueil :

Tour de table

Attentes des participants

Présentation des modalités d'évaluation.

Évaluation des acquis du parcours de formation.

Chaque stagiaire remettra au cours de l'atelier de suivi 7 son plan d'action stratégique (sous la forme d'un document rédigé de 10 pages maximum aux formats Word, Excel, Powerpoint).

Ce plan d'action stratégique formalisé devra lister un certain nombre d'actions budgétées, planifiées et il devra être pensé comme un outil de communication interne.

Un tableau de bord pratique sera présenté comme outil de pilotage.

Le jour 8 en présentiel sera consacré à l'évaluation des acquis du parcours de formation.

Chacun des participants présentera devant un jury collégial (constitué des intervenants formateurs, mais aussi des autres stagiaires) une synthèse de son plan d'action stratégique. Cette présentation d'une durée d'environ 30 minutes aura pour objectif de mettre en avant les points forts du plan d'action stratégique élaboré durant la formation.

IPTIC-Numéro Déclaration d'Activité : 11 75 48018 75 - <https://iptic.fr/>

L'esprit est ici celui de la soutenance d'un travail personnel réalisé sur un parcours de formation au travers d'un oral.

Comme on le comprend, c'est un jury composé des formateurs et des stagiaires qui évaluera et validera les acquis de chaque participant. Cette approche de co-validation des acquis nous semble particulièrement adaptée à un public de dirigeants de TPE-PME.

Conclusion du parcours :

Évaluation de satisfaction des stagiaires.

TARIF PUBLIC : 4 000,00 € H.T.

TARIF ATLAS : 3 675,00 € H.T.