

Formation-Atelier

*“ Co-construire et mettre en oeuvre sa
stratégie d’entreprise ”*

Présentation de 13 Degrés Sud



Rémy EXELMANS – Co-fondateur et Gérant

Consultant-formateur confirmé - Expert en Pilotage Stratégique et Organisationnel et Stratégies Digitales

Bâtisseur positif, engagé et connecté, je suis également un adepte de Stratégies, de Digital et d'Innovations permettant d'atteindre des objectifs ambitieux, tout en assurant un développement harmonieux et durable de nos structures.

Autodidacte et fort d'une expérience professionnelle de plus de 30 ans, dont 20 ans dans l'Océan Indien - Direction Générale - Direction Commerciale et Marketing - j'ai développé des qualités de manager tout terrain et un sens aigu de la communication au service de la relation Client et des collaborateurs.

Je suis Fondateur et intervenant au sein de 13° SUD, en tant qu'expert en Pilotage Stratégique et Organisationnel, certifié HEC Paris Executive Education en « Stratégies Digitales »

13 Degrés Sud est un organisme de formation "Datadocké" et orienté sur des formations sur mesure en stratégie globale d'entreprise, Commerce et Marketing, Communication et Digital.

Présentation de la formation "Co-construire sa stratégie d'entreprise" :

Je suis parti d'un postulat simple :

Chaque entrepreneur doit idéalement pouvoir réfléchir sur sa stratégie d'entreprise plusieurs fois par an. Le contexte dans lequel évolue les entreprises, à la Réunion comme ailleurs, change rapidement, voir parfois brutalement et il est toujours compliqué de réagir dans l'urgence ...

Inversement, si l'entrepreneur s'octroie du temps et se forme régulièrement sur la construction d'une stratégie d'entreprise, idéalement en incluant ses principaux collaborateurs, il dispose d'un avantage certain, tant sur ses concurrents que dans l'offre qu'il propose à ses clients.

Sur une période courte de 3 journées, je propose aux entreprises d'apprendre à co-construire avec l'équipe dirigeante une stratégie sur mesure, sur la base des fondamentaux de la stratégie et du respect des étapes importantes (diagnostic, formalisation de la stratégie et mise en oeuvre). Et de commencer à devenir autonome sur cette partie clé mais souvent négligée : Gagner en efficacité, rapidité et légèreté !

Approche méthodologique

Dans ma pratique quotidienne de la formation, je constate la difficulté des entreprises à enclencher une transformation et à développer une stratégie cohérente, efficace, et idéalement portée par l'ensemble des collaborateurs, et à laquelle elles ne peuvent pourtant plus échapper.

« Nous vivons aujourd'hui au rythme de la frénésie digitale ! Une innovation en chasse une autre, et l'accélération de la vitesse d'adoption des nouvelles technologies questionne sur les limites de cette (r) évolution continue. » Chronique de Claude Molly-Mitton - USF - 23/03/15

Spécialiste et praticien de la stratégie d'entreprise, je connais de fait les principaux freins à lever pour commencer à « transformer » son organisation et mieux communiquer en interne comme en externe. Ils sont nombreux et nécessitent de la ténacité, une approche en mode projet, et de trouver une adhésion autour de la vision et de la stratégie de l'entreprise.

Ce que nous avons pu observer au sein des structures que nous connaissons ou dans lesquelles nous apportons notre expertise :

- Une organisation généralement peu (ou pas assez) tournée vers le client ;
- Une réflexion stratégique peu développée et surtout pas assez partagée (par manque de temps et de méthodes/outils, organisation en silos) ;
- Un manque de démarches collaboratives et de partages des informations ;
- Un manque de moyens mis sur l'optimisation des outils en place ;
- Des difficultés de communication entre le chef d'entreprise et les personnes (interne comme externe) en charge du déploiement du plan d'actions ;
- Un manque, voire une absence, de communication interne comme externe

Aussi au sein de 13° SUD, nous développons une approche méthodologique de chefs d'entreprises, entrepreneurs pragmatiques (notre expérience professionnelle complémentaire), de praticiens de la communication.

Nous portons une vision tournée résolument vers le client (User centric) et une stratégie d'entreprise claire et formalisée comme levier de performance et d'optimisation de son développement et de ses résultats.

A l'issue de la formation :

- Vous avez intégré les clés de la définition d'une stratégie d'entreprise ;
- Vous avez travaillé avec des outils spécifiques et vous commencez à adopter une culture "User Centric"
- Vous avez formalisé en collectif votre nouvelle stratégie ;
- Vous avez réalisé votre support de présentation à adapter à vos différents publics ;

- Vous avez réalisé et formaliser votre projet de plan d'actions.

Co-construire sa stratégie d'entreprise

Objectifs, Programme et Moyens

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Apprendre à co-construire un diagnostic stratégique ;
- Formaliser sa stratégie et établir son plan d'actions ;
- Mettre en oeuvre sa stratégie

PROGRAMME DE LA FORMATION :

La formation intègre des ateliers en groupe ou individuel autour des différentes thématiques. Elle se veut interactive, les échanges entre participants apportent autant de plus value que la formation en elle même et permet de générer l'adhésion du groupe et la bienveillance dans les interactions.

1ère journée : Réaliser son diagnostic d'entreprise

- Travailler ensemble sur les valeurs, la vision et la mission de l'entreprise
- Réaliser un SWOT de situation
- Définir les critères stratégiques (Stratégie Océan Bleu) de son activité
- Développer une posture USER CENTRIC
- Explorer son offre (la réponse au problème de notre client)

2^{ème} journée : Finaliser et mettre en forme son diagnostic - Formaliser sa stratégie et écrire son plan d'actions

- Réaliser son propre benchmark (choix des mesures et concurrents, réaliser le tableau de benchmark)
- Définir les axes stratégiques
- Formaliser son diagnostic stratégique d'entreprise
- Lister et prioriser les actions à mener (fiches actions)
- Ecrire son plan d'actions (priorisation)

3^{ème} journée : Mettre en oeuvre sa stratégie d'entreprise

- Dessiner le parcours client existant
- Imaginer un parcours clients optimisé (effet "Waou")
- Tester de nouvelles propositions de valeurs (itérations)
- Fixer ses objectifs et indicateurs
- Lancer sa stratégie

LES MOYENS

- Les supports pédagogiques sont mis à disposition des stagiaires à l'issue de la formation
- Une liste d'outils disponibles est actualisée tout au long de la formation
- Des évaluations tout au long de la session sur la base des livrables réalisés par les participants
- Le développement et enrichissement des supports de base par les participants via un outil de partage (Google Drive, Trello)

PUBLIC VISÉ

- Entrepreneur, chef d'entreprise, manager et responsable de service

LES PRÉ-REQUIS

- Volonté d'avancer dans sa stratégie d'entreprise
- Constituer un groupe de participants décisionnaires et volontaires
- Développer et accepter la possibilité d'avoir à "pivoter"

Le BUDGET

- En intra-entreprise (max 8 participants) : 1 800 € la journée (7h00)
- Soit 3 journées : 5 400 €

LES + DE LA FORMATION

- Un document synthétique : Le projet de stratégie d'entreprise composée de :
 - o Diagnostic flash
 - o Axes stratégiques
 - o Projets de plan d'actions
 - o Fiches action
 - o Préconisation de mise en oeuvre
- 2 intervenants expérimentés et complémentaires
 - o Rémy Exelmans, Consultant-formateur confirmé, Corporate coach et chef d'entreprise
 - o Sébastien Briet, chef d'entreprise, engagé et connecté, adepte de marketing pragmatique
- Un moment et un outil de cohésion de groupe pour créer ou recréer du lien