

✓ **Objectif :**

Professionaliser les démarches stratégiques et appréhender la problématique du changement

✓ **Publics visés**

Comité de Direction/Chefs de services/Managers/Pilotes de projets

✓ **Prérequis de la formation :**

- Présence à toutes les étapes
- Implication
- Rédaction et mise en place des plans de formation
- Engagement de la ligne hiérarchique

✓ **Objectifs opérationnels de la formation et compétences à acquérir :**

▪ Comprendre la notion de positionnement stratégique
▪ Appréhender le positionnement stratégique à travers le mix-marketing
▪ Identifier le positionnement DOMINANT
▪ Identifier le positionnement DIFFERENCIANT
▪ Élaborer les axes de progrès
▪ Choisir ses priorités
▪ Comprendre les mécanismes du changement à travers l'Approche Systémique

✓ **Contenu**

Jour 1 :	Jour 2 :
<p><b>Le concept de Positionnement Stratégique (PS)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Le mix Marketing</li> <li>▪ Être Dominant sur son Marché</li> <li>▪ Être Différenciant sur son Marché</li> <li>▪ Être standard sur son Marché</li> <li>▪ Analyse concurrentielle</li> <li>▪ Exercice de PS</li> </ul>	<p><b>Déclinaison du PS en projet CT/MT et Long Terme</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Analyse SWOT par Direction</li> <li>▪ Construction d'une Démarche projet</li> <li>✓ Critères de choix d'un pilote</li> <li>✓ Contenu d'une Lettre de cadrage</li> <li>✓ Méthodologie</li> <li>✓ Le Sponsor</li> <li>✓ Le Comité de Pilotage</li> <li>✓ TDB de suivi (les indicateurs)</li> </ul>
Jour 3 :	Jour 4 :
<p><b>Cas Pratique Passage d'un positionnement Prix à un positionnement Produit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Poser un diagnostic</li> <li>▪ Identifier les Projets</li> <li>▪ Identifier Les Chefs de projet</li> <li>▪ Rédiger les lettres de cadrage</li> <li>▪ Analyser une méthodologie</li> <li>▪ Proposer un planning</li> <li>▪ Identifier les indicateurs</li> </ul>	<p><b>Comprendre les mécanismes du changement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Diagnostiquer les différentes phases du changement</li> <li>▪ Identifier les clefs de succès</li> <li>▪ Analyser les attentes des protagonistes</li> <li>▪ Bâtir un plan d'action</li> <li>▪ Élaborer une communication</li> </ul>

*A partir de la grille Dominant/Différenciant /Standard nous appréhendons le Positionnement Stratégique de l'Entreprise et déclinaison les plans d'actions à mettre en œuvre.  
Au-delà du Positionnement Stratégique nous définirons une méthodologie pour réussir le changement stratégique d'une entreprise à travers le corps social.  
Les modalités de travail sont adaptées aux participants et à leurs besoins tout en restant dans le cadre des objectifs pédagogiques fixés par les commanditaires.*

✓ **Modalités pédagogiques**

Il nous semble important de fournir une « boîte à outils », afin que les participants puissent s'adapter en fonction des situations rencontrées sur le terrain et agir ou réagir en conséquence selon le périmètre qui est le leur. Une place sera particulièrement accordée à l'ajustement des apports aux attentes des participants.

Les modalités de travail sont adaptées aux participants et à leurs besoins tout en restant dans le cadre des objectifs pédagogiques fixés par les commanditaires.

La formation alternera :

- Des apports théoriques
- Des études de cas (sur-mesure) qui permettront aux participants d'établir des parallèles entre les situations étudiées et les situations vécues dans le cadre de leur exercice professionnel et de les analyser de façon globale. Elles seront aussi l'occasion de favoriser les prises de conscience et la conceptualisation à partir de données concrètes.

## ✓ Moyens et méthodes pédagogiques

- Partage des expériences
- Analyse de situations
- Analyse du mix-marketing
- Utilisation de la grille Dominant Différentiant
- Utilisation de la Grille SWOT
- L'A.R.C. comme outil de management du changement
- L'action sera suivie sur une année par le consultant.
- Hot line d'une année. Aussi, tout stagiaire qui participe à la formation aura la possibilité de rentrer en communication avec le consultant pendant un an après la fin du stage.

## ✓ Évaluation de la formation :

1/ Avant la formation : évaluation et validation de la proposition d'intervention. La validation préalable de la proposition d'intervention par les commanditaires est essentielle à son bon déroulement.

Dans le cas où des aménagements de la proposition seraient nécessaires, une nouvelle proposition serait contractualisée.

2/ Pendant la formation : contrôle permanent des acquis. Les étapes sont architecturées de façon progressive afin de permettre au consultant de remplir ses engagements quant aux objectifs fixés. Le stagiaire sera évalué sur des cas concrets.

3/ À la fin de la formation : contrôle de l'opérationnalité de la formation par l'élaboration de Plans d'Action et de Progrès.

✓ **Qualités des formateurs :**

Domaine : Direction d'Entreprise  
Neurosciences.

Coordonnées : 03 20 53 51 06, 06 22 69 54 37

Didier.hernoux@emv2conseil.fr

✓ **Modalités d'organisation, durée, tarifs :**

Modalités d'organisation	Durée	Tarif
<b>INTER ENTREPRISE</b>  Prochaines dates en présentiel : 10 et 11 Mai et 3 et 4 Juin 2021 6 et 7 septembre et 7 et 8 Octobre 2021	1500 euros HT par stagiaire.	4 jours soit 28 heures de formation 9H-17H30
<b>INTRA ENTREPRISE</b>  <b>Présentiel (contactez-nous pour la réservation d'une date)</b>	<b>8000 euros HT</b>	24jours soit 28 heures de formation 9H-17H30

✓ **Lieux, accessibilité et délai d'accès :**

**Inter entreprise :** La formation se déroulera au sein d'un hôtel équipé de salles de séminaire respectant les Conditions d'accueil et d'accès des publics en situation de handicap. (Frais pris en charge par notre société).

**Intra entreprise :** Si les conditions le permettent, la formation aura lieu dans les locaux du client pour qui nous intervenons. (Locaux respectant les Conditions d'accueil et d'accès des publics en situation de handicap.)

**La Durée estimée entre la demande du bénéficiaire et le début de la prestation est d'un mois et demi.**