

Durée : 2 jours.

Public :

Managers, chefs d'équipe, toute personne souhaitant développer ses compétences d'analyse et développement de sa structure. Dernière MAJ : Avril 2024

Objectifs :

Organiser sa veille stratégique et créative. Utiliser les réseaux sociaux pour suivre et anticiper les évolutions de son marché. Recenser les sources d'informations et les partenaires. Analyser les données recueillies. Communiquer les bonnes pratiques auprès des équipes.

Pré-requis :

Aucun.

Méthodes :

Exposés suivis de questions-réponses et d'échanges avec les participants, cas pratiques. Remise d'un support pédagogique. Des journées pratico-pratiques : chaque participant travaille sur sa problématique. Chaque participant vient avec son PC et repart avec son plan d'action immédiat.

Evaluation :

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices, mise en situation et étude de cas à réaliser. Le formateur remet en fin de formation une attestation avec les objectifs acquis ou non par le stagiaire.

Dernière MAJ : Avril 2024

Les différents types de benchmark

Interne : processus qui permet de mettre facilement en pratique le benchmark, avant d'aller chercher ailleurs de meilleures pratiques.

Concurrentiel : entre des entreprises concurrentes soucieuses d'améliorer leurs processus au bénéfice de leurs clients ou face à d'autres concurrents.

Fonctionnel : entre entreprises, concurrentes ou non, qui comparent leurs processus de support et adaptent les idées susceptibles d'améliorer leur compétitivité.

Générique : chercher les meilleures pratiques provenant de différents secteurs d'activité.

Cerner les enjeux de l'analyse de l'environnement

L'étude comparative : un outil au service de la compétitivité.

Champs d'applications (production, logistique, gestion, marketing, commercial...).

Budget, délai, données existantes : intégrer ses contraintes pour encadrer sa démarche d'étude.

Mettre en place une veille efficace : les outils pour gagner du temps

Le panorama des sources d'information

Connaître les outils de surveillance et de recherche

Mettre en place un réseau

Identifier les sources d'information les plus pertinentes

Approche individuelle ou collective, en présentiel ou en ligne : recourir aux techniques et modes de recueil de l'information les plus efficaces.

Analyser, exploiter et diffuser l'information concurrentielle

Analyser et interpréter les données recueillies

Classer diffuser des recommandations

PESTEL / 5 Forces de Porter

Synthétiser son marché avec le SWOT

Valoriser les résultats

Méthodes d'analyse qualitative

Faire parler efficacement les chiffres

Structure type du rapport d'étude et principes de rédaction

Adapter la présentation aux objectifs et aux publics

Détecter des opportunités de croissance et les facteurs de risques

Formuler des recommandations claires et opérationnelles pour prendre des décisions et lancer des actions.

Élevator Pitch

Le storytelling / Pitcher son projet

Créer l'adhésion et embarquer les équipes

Faire une restitution dynamique et interactive pour engager les services concernés