

STRATEGIC MINDSET: DE LA PENSÉE STRATÉGIQUE À L'ACTION



Concevoir et déployer une stratégie



Pour Directeurs de BU/département ou managers expérimentés ayant un impact sur la stratégie de leur organisation.



4 JOURS
(32H en discontinu)



LILLE OU PARIS
100% présentiel



3 200€ HT
Tarif dégressif pour plusieurs participants ou plusieurs formations



DATES DES SESSIONS:
RENDEZ-VOUS SUR [EDHEC.EDU](https://www.edhec.edu)



ELIGIBLE CPF
Permet la validation du bloc RNCP38130BC01 du diplôme "Directeur d'activités", titre de niv.7, niv. Bac +5 inscrit au Répertoire National des Certifications Professionnelles (RNCP 38130).



Une vision et une exécution stratégiques claires, clés de voûte d'un management à impact. Face au nouveau contexte de la vie des affaires marqué par l'extrême volatilité, les nouveaux enjeux technologiques et RSE, la pensée stratégique est plus que jamais précieuse. Loin de se résumer à l'élaboration de plans trop vite décalés du réel, la stratégie est une discipline de plus en plus distribuée et itérative. Quel que soit son niveau de responsabilité et d'action, des nouvelles postures sont à acquérir, des entraînements méthodologiques sont à renforcer, des approches de la création durable de valeur sont à renouveler.

OBJECTIFS

- 1 Comprendre les concepts fondamentaux** d'une stratégie d'entreprise
- 2 Elaborer une stratégie** en intégrant les parties prenantes et les nouvelles logiques concurrentielles
- 3 Décliner une ambition stratégique en plan d'actions mesurables**
- 4 Définir sa stratégie personnelle** pour parvenir à un déploiement efficace

PROGRAMME



1 La stratégie comme posture et méthode

- S'appropriier la notion de «stratégie» et les outils qui lui sont liés
 - Cerner les niveaux de décision et d'action en jeu
 - Identifier les qualités d'un stratège dans le contexte actuel
 - Entraîner son esprit critique
- Apport d'une méthode complète pour guider la pensée stratégique et mise en pratique

2 Réaliser une analyse stratégique

- Détecter et interpréter les signaux faibles
 - Visualiser les nouveaux jeux concurrentiels et perspectives gagnantes
 - Identifier les actifs clés en internes
 - Intégrer les inputs des parties prenantes
- Mise en application des repères méthodologiques pour une appréciation lucide des potentiels, des effets de levier, de l'adéquation des ressources à l'ambition

3 Formuler une stratégie

- Définir une ambition qui fasse sens pour toutes les parties prenantes
 - Construire une proposition de valeur à impact
- Mise en application de grilles de méthodologiques clarifiant les «batailles à gagner»

4 Décliner une stratégie en plan d'actions et l'animer

- Définir des indicateurs cibles orientés parties prenantes (financiers, marchés, clients, RSE, process...)
 - Manager la performance avec des outils adéquats
- En continuité avec les travaux précédents, mise en application sur des exemples concrets

5 Inner strategy : clarifier l'impact du projet stratégique pour soi-même

- Choisir ses équipes et parties prenantes
 - Définir ses priorités et faire des choix (*trade-off* stratégique)
 - Identifier ses capacités d'influence
- Mise en application à l'aide d'outils mind-mapping d'aide à la décision

INFORMATIONS ET INSCRIPTIONS

Vous êtes une entreprise ?



Aude LE MEUR
Responsable du développement
+33 (0)6 13 30 87 70
aude.lemeur@edhec.edu

Vous êtes un candidat ?



Hélène CORREIA
Admission manager
+33 (0)7 86 10 36 73
helene.correia@edhec.edu

OU



Sylvie LAFORGE
Admission manager
+33 (0)6 70 01 23 20
sylvie.laforge@edhec.edu