

Manager la croissance des entreprises technologiques

Stratégie d'innovation et nouveaux business models

INTERVENANT : JEAN-PIERRE GERAULT

Programme

// Comprendre le jeu concurrentiel dans les secteurs technologiques

- / Identifier le business model de l'entreprise, de ses concurrents et des opportunités et menaces du jeu concurrentiel

// Saisir les opportunités de croissance

- / Prévoir et anticiper les évolutions dans son secteur d'activité : le concept des macro-tendances
- / Segmentation stratégique et marketing, les facteurs clés de succès sur les segments, le positionnement stratégique des concurrents

// Élaborer une stratégie de croissance et d'innovation

- / Prendre une décision stratégique: les conditions de la prise de décision
- / Connaître les stratégies génériques pour y puiser des idées : volume, différenciation, low cost, "composites", développement durable, approches "pinko", "base of the pyramid", "Océan Bleu", etc.
- / Exercer son innovation et sa créativité pour inventer ses propres stratégies de succès
- / Choisir son positionnement dans la chaîne de valeur

// Construire ou ajuster le business model de l'entreprise

- / Choisir le business model : composantes, orientation, mécanismes de création de valeur des différents modèles
- / Impact des technologies numériques et de l'Internet sur les business models
- / Les nouveaux business model sur internet : web services, plateformes web, consumer devices
- / Modèles de développement et modèles financiers : la problématique de valorisation

// Piloter la croissance

- / Formuler clairement la stratégie, condition de son appropriation par le corps social de l'entreprise
- / Élaborer un plan marketing de conquête : cibles à atteindre, objectifs marketing, business model, marketing-mix
- / Préparer le business plan et le plan d'actions, outils de justification, d'explication et d'organisation de la mise en œuvre
- / L'organisation sous la forme de projet : mobilisation et cohésion des équipes (OVAR)
- / Les outils de pilotage : le tableau de bord stratégique (BSC) adapté aux entreprises technologiques

// Mettre en œuvre un projet innovant

- / Analyser la faisabilité d'un projet et construire le business model ; la définition des objectifs à 3-5 ans
- / Élaborer la stratégie de croissance et anticiper les problématiques de financement, de leadership entrepreneurial et de team building

// Pédagogie proposée

Exposés interactifs et exercices de réflexion illustrés par de nombreux exemples issus de cas et des échanges avec les participants.

Possibilité de simulation sur cas réel en session.

Séances de travail sur la stratégie de croissance (chacun commence à préparer les bases du plan de croissance, compte tenu des méthodes présentées).

WS2

DURÉE
1 jour

HORAIRES
9h-17h30

PRIX
1090€*

* Prix HT par participant, documentation et forfait repas inclus.

// Objectifs

Avoir des idées et acquérir des méthodes et des outils pour :

- / Développer le potentiel de votre entreprise en structurant et pilotant le processus d'innovation
- / Intégrer la dimension marketing dans la mise en place de l'innovation
- / Développer un projet de création de start-up ou spin-off

// Public concerné

Directeurs de business units •
Directeurs des opérations ou business développement •
Entrepreneurs •
Créateurs de start up •
Dirigeants ou responsables souhaitant avoir des points de repère et des exemples concrets concernant le management de la croissance des entreprises technologiques et/ou ayant un projet de création d'entreprise innovante.