

MODULE 1 : LA CHAÎNE DE CRÉATION DE VALEUR, UNE PRÉMISSE À LA DÉFINITION DE LA STRATÉGIE

- Faire consensus est un des défis d'une réflexion stratégique
- La cartographie de la chaîne de création de valeur nous permet de concerter les intervenants sur la mission de l'organisation
- Qui sont nos clients ?
- Qui sont les clients de nos clients ?
- Ont-ils des besoins similaires ?
- Comment l'organisation réussit-elle à satisfaire les besoins de ses clients ?
- Quels comportements doivent être réunis afin que la livraison de valeur fonctionne efficacement ?

MODULE 2 : LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE, SON EFFICACITÉ ET SA GOUVERNANCE

- Maîtrise des opérations et mise en œuvre de la stratégie : deux dimensions distinctes de l'organisation du travail
- La coexistence harmonieuse des opérations courantes et de la mise en œuvre de la stratégie en parallèle
- Principes de gouvernance spécifiques au processus de mise en œuvre de la stratégie
- Rôles et responsabilités pour la mise en œuvre de la stratégie
- État d'esprit des acteurs de la mise en œuvre de la stratégie
- Culture organisationnelle et impact sur la réussite de la mise en œuvre de la stratégie
- Financement de la mise en œuvre de la stratégie : remise en question de certaines pratiques comptables «traditionnelles»
- Les deux cadres de gestion requis à la mise en œuvre de la stratégie
- Développement stratégique et comment mesurer et augmenter son habileté à se transformer (principes de mesure, de planification et de récupération des bénéfices)
- Exploration stratégique et comment mesurer et augmenter sa capacité à innover (principes de mesure, de promotion et développement d'une culture d'innovation)

MODULE 3 : STRATÉGIE ET TECHNOLOGIE

L'objectif de la session sera de permettre aux participants de mieux comprendre ce qu'est la transformation numérique, ses impacts sur l'entreprise et comment se doter d'une bonne planification technologique. L'emphase sera mise sur l'importance de bien analyser et comprendre le comportement de ses clients et de ses partenaires, afin de bien planifier ses investissements technologiques. Pour ce faire, nous analyserons entre-autre la chaîne de valeur de l'entreprise à travers les différentes étapes d'un parcours client. Un modèle de planification sera présenté et qui pourra ensuite être utilisé comme référence. La séance se fera à travers un cas pratique qui permettra aux participants de bien comprendre chaque étape de la démarche.

MODULE 4 : INNOVATION PAR LES MODÈLES D'AFFAIRES

Conception de Modèles d'affaires innovants et des propositions de valeurs qui ont de l'impact. Réinventer votre modèle d'affaires. Objectifs et approche pédagogique :

- Chaque participant aura l'opportunité de concevoir un modèle d'affaires (de son organisation ou d'un de leur projet en développement)
- Le modèle d'affaires permettra une mise en pratique de pistes d'innovation
- Grâce à des mises en situation et des jeux de rôles, vous serez en mesure de perfectionner la vente et le marketing de vos services.

MODULE 5 : LA GESTION DES RISQUES

- Identifier les principaux risques inhérents au plan stratégique et au portefeuille de projets à déployer.
- Mesurer la gravité et la probabilité des différents risques en fonction de la tolérance de l'organisation.
- Identifier des mesures d'atténuation et de gestion des dix principaux risques.
- Comprendre les étapes de suivi des risques et briser les silos dans l'équipe de direction.
- Saisir les principales composantes d'un plan de gestion de crise efficace.
- Proposer des approches pour accroître la culture d'imputabilité de la direction.
- Analyser des études de cas pour identifier les risques et les gérer efficacement afin d'atteindre les objectifs d'affaires.

MODULE 6 : ÉQUIPE PERFORMANTE

Comprendre les fondements d'une équipe optimale :

- Facteurs d'une expérience d'équipe optimale
- Évaluation de son équipe
- Présentation du modèle de Patrick Lencioni
- Facteurs freinant le travail d'équipe

Acquérir des outils pour abattre les silos :

- Cartographie des zones potentielles de collaboration en équipe
- Plan de collaboration

Comprendre le rôle de la confiance dans nos interactions :

- Le point de vue de la neuroscience
- Évaluation du niveau de confiance dans son équipe
- Les conditions favorables pour établir la confiance entre les collègues

MODULE 7 : LANCEMENT D'UN PLAN STRATÉGIQUE

- Faire du plan stratégique un levier de mobilisation pour les employés et partenaires
- Utiliser le plan stratégique comme prétexte pour solidifier ou incarner son positionnement dans le marché
- Identifier et cartographier l'ensemble des parties prenantes concernés par le plan stratégique

- Élaborer un plan de mobilisation des parties prenantes afin qu'elles soutiennent l'atteinte des objectifs d'affaires
- Incarner les piliers du plan stratégique dans l'ensemble des initiatives de communications subséquentes