

LES 10 ÉTAPES POUR CONSTRUIRE SA STRATÉGIE



LA STRATÉGIE

DÉFINITION (SOURCE : WIKIPÉDIA)

La stratégie est un « ensemble d'actions coordonnées, d'opérations habiles, de manœuvres en vue d'atteindre un but précis ». Son but est d'atteindre le ou les objectifs fixés par la politique (l'idée générale) en utilisant au mieux les moyens à disposition.

UN CONSTAT (SOURCE : XERFI CANAL)

Richard Rumelt, professeur à l'université de Californie à Los Angeles, rappelle que la plupart des entreprises – et en particulier les plus grandes – n'ont en fait pas de stratégie, car elles se dispersent entre de multiples projets et initiatives qui donnent une impression générale de progrès

POURQUOI ?

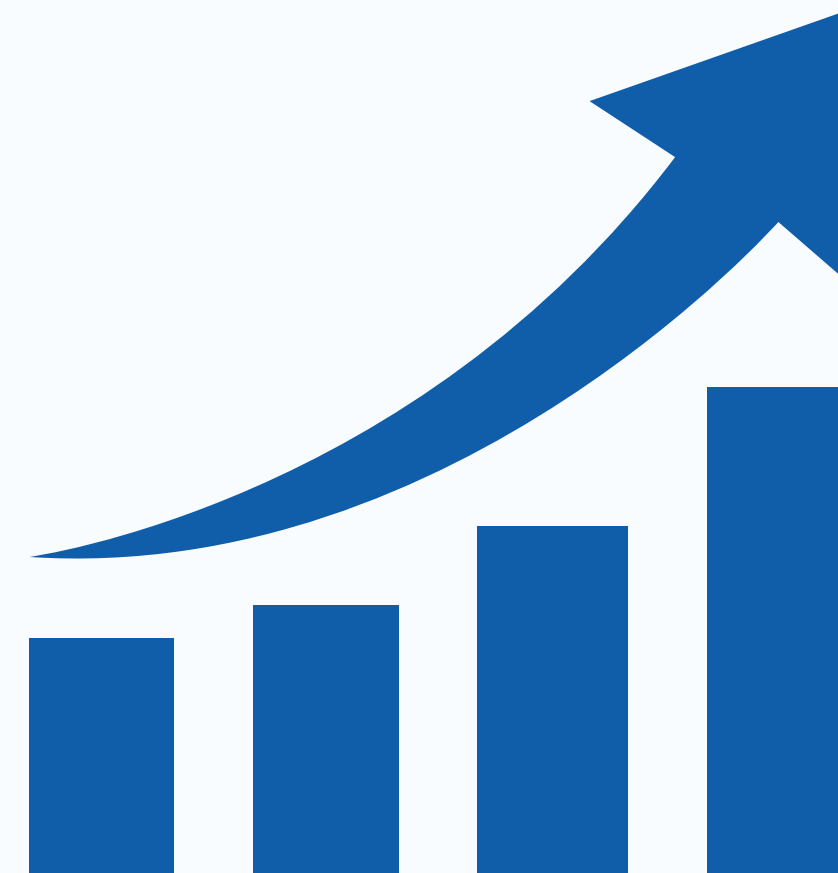
Manque de temps, budget alloué à d'autres projets, sentiment de perdre du temps, sujet considéré comme non opérationnel

ETUDE RÉALISÉE PAR ROBERT BAUM, EDWIN LOCKE ET SHELLEY KIRKPATRICK

QU'ONT-ILS DÉMONTRÉ ?

L'étude porte sur 183 start-up américaines (69% d'entre elles avaient une vision et 31% n'en avaient pas ...).

Les résultats ont montré que le chiffre d'affaires des entreprises dont les dirigeants ont formulé une vision se développe deux fois plus rapidement que celui des entreprises dont le dirigeant n'a pas formulé de vision ... qu'elle soit bonne ou mauvaise ... qu'elle porte sur la croissance ou non !



Pourquoi ?

STRATÉGIE

ÇA SERT À QUOI ?

- Définir un CAP
- Identifier le chemin le plus adapté
- Prendre en compte l'environnement externe
- Anticiper et faire des choix
- Se structurer pour y arriver



LES 10 ÉTAPES POUR CONSTRUIRE SA STRATÉGIE



ETAPE 1 : Ce qui anime mon entreprise : Pourquoi ce projet ? Pour qui ? et pour quoi ?

RAISON D'ÊTRE

J'ai créé, repris,
dirigé cette
entreprise parce
que ...

AMBITION

L'entreprise va
servir un but de
long terme,
dans 10 ans ...

VISION

Mon entreprise
sert à mes
clients, elle leur
apporte ...

VALEURS

Les valeurs de
mon entreprises
sont ...

OBJECTIF GLOBAL

De toutes les notions précédentes, ce que je souhaite réaliser dans mon
entreprise dans son quotidien c'est...

ETAPE 2 : Quel est mon environnement extérieur ???

Mais que ce passe t-il autour de moi ?

L'environnement externe est-il propice ou à l'encontre de mon activité ? Y a t-il des éléments importants que je dois prendre en compte dans mes axes stratégiques ?

	Libellé	Impact	Risque et priorité	Ce que je peux faire ou limiter le - CE que je peux faire pour surfer sur le +	Date cible
Politique 1					
Politique 2					
Loi 1					
Loi 2					
Comportement Client					
Comportement Fournisseurs					
Comportement salarié					
Concurrence Directe					
Concurrence Nouvelle					
Concurrence Indirecte					
Clients					
Fournisseurs					

ETAPE 3 : Comment se comportent mes concurrents ?

Et mes concurrents: qui sont-ils, que font-ils
et où sont-ils ?

Comment puis-je me différencier par
rapport à eux et avoir un avantage
concurrentiel ?

Connaitre ses concurrents est
nécessaire pour se développer, mettre
en place la stratégie qui vous
ressemble et être en phase avec vos
valeurs.

Concurrent	Offre	J'ai Je n'ai pas	Mon avantage	Comment l'expliquer

ÉTAPE 4: Qu'attendent mes clients ?

Et mes clients, que souhaitent-ils vraiment ?

Est-ce un prix, un service ?

Comment puis-je faire pour qu'ils viennent chez moi plutôt que chez un concurrent ?

Dois-je faire de nouveau une étude de marché ?

Dois-je innover? Dois-je coopérer ?

Dois-je faire une guerre de prix ?

Qui est vraiment ma cible ?

Quels sont les clients qui représentent 80% de mon CA (loi de Pareto)

Concurrent	Offre	J'ai Je n'ai pas	Mon avantage	Comment l'expliquer	Ce que je peux amener en plus

ÉTAPE 5: Quelles sont mes offres ? Comment puis-je les diversifier ?

Cette étape vise à prendre du recul sur les différentes offres que je propose et les segmenter entre celles qui me rapportent sans trop d'investissement, celles qui me rapportent mais qui me demandent de l'investissement et celles qui ne me rapportent pas grand chose et sur lesquelles je dois me poser les bonnes questions.

Dans cette étape ce qui est important n'est pas seulement de faire un état des lieux des offres mais c'est surtout de réfléchir à celles qui vont continuer à me différencier soit :

Offre	Investissement	Clients	Offre de la concurrence	CA	Croissance
1	Temps: €: Autres:	Type de client	Oui Non		Oui Non
2	Temps: €: Autres:		Oui Non		Oui Non
3	Temps: €: Autres:		Oui Non		Oui Non

MA VALEUR AJOUTÉE

ÉTAPE 6: Quel est mon business model ?

En réalisant l'étape précédente vous avez défini les différentes offres au sein de votre entreprise. Mais les vendez-vous bien? Avez-vous choisi le meilleur BUSINESS MODEL pour vos offres?

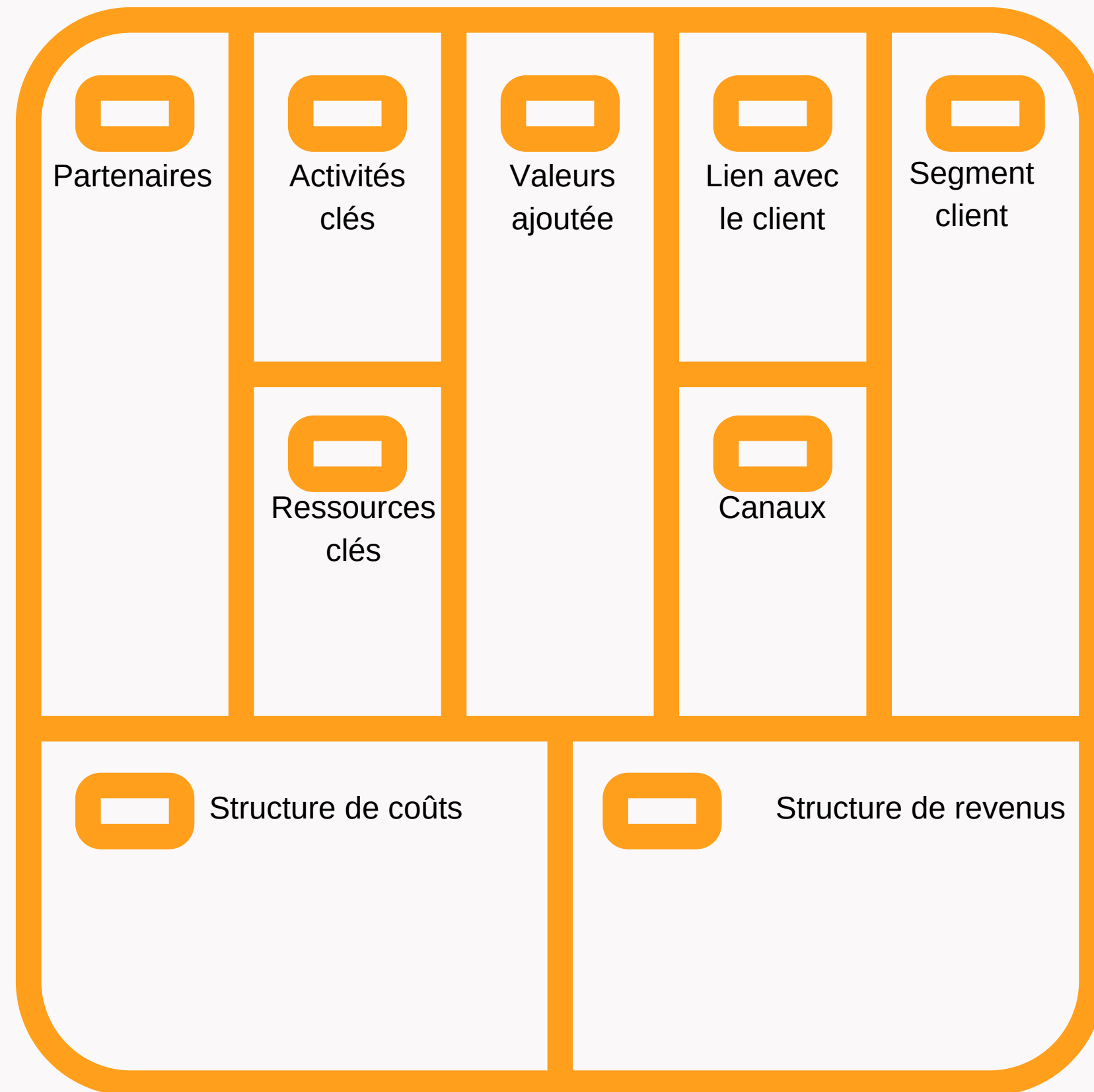
Un business model a 2 avantages :

-Prendre le recul pour faire encore mieux

-Augmenter mon avantage concurrentiel

À quoi ressemble un business model ?

Voici le template du BMC (Business Model Canvas)



ÉTAPE 7: Quel est mon business plan chiffré ?

Ah les chiffres ! Enfin !

Oui, enfin... mais comment serions-nous capables de réaliser un Business Plan chiffré si ne nous savons pas sur quelle base il faut le réaliser ?

Le BP simplifié n'a pas pour vocation à remplacer le travail réalisé par le comptable. Il a vocation à suivre les dépenses, le CA et ainsi de pouvoir prendre les meilleures décisions d'investissement.

	N	N+1	N+2
<u>Chiffre d'affaire</u> Produit 1 Produit 2 -achats de marchandise			
MARGE COMMERCIALE			
Véhicules Honoraires Marketing Téléphone...			
Marge commerciale - la somme des charges = Valeur ajoutée			
Impôts Salaires Charges salariales			
Valeur ajoutée - salaires = EBE			
Résultat avant IS			

ÉTAPE 8: Quels sont mes axes stratégiques ?

A l'étape 1, c'est la réflexion de ce qui anime l'entreprise, le projet qui va donner la direction de la stratégie de l'entreprise .

De l'étape 2 à 6, nous avons réfléchi à l'environnement extérieur, à nos avantages concurrentiels et ainsi à la marche à suivre pour atteindre les objectifs que nous nous sommes fixés à travers notre objectif global de l'étape 1.

A l'étape 7, nous avons intégré des chiffres sur tout ça et ainsi "vérifié" que cela tient la route.

Ainsi, à partir de cette étape, il est nécessaire de se structurer.

ÉTAPE 8: Quels sont mes axes stratégiques ?

C'est grâce aux analyses précédentes que vous allez pouvoir définir les axes stratégiques qui vous correspondent. Afin d'être le plus clair, explicitez les le plus possible!

La question sous-jacente est de se demander à quelle perspective cela se rapporte :

 Apprentissage

 Processus

 Client

 Financier

Nom	Description	Indicateur	Perspective

ÉTAPE 9: Quel est mon plan d'action ?

Une fois les axes stratégiques définis, il est PRIMORDIAL de définir le plan d'action associé, c'est à dire les variables d'actions CLÉS qui vont permettre d'atteindre nos axes stratégiques qui sont nos OBJECTIFS.

Pour cela, nous allons nous servir de la méthode OVAR, créée par des professeurs d'HEC et qui signifie :

Objectifs 
Variables 
d'Actions 
Responsables

Pour ce faire, il faut s'interroger si les actions CLÉS nécessaires pour atteindre les axes stratégiques.

	Axe 1	Axe 2	Axe 3	Axe 4	Axe 5	Axe 6	Axe 7
VA 1							
VA 4							
VA 3							

Pour chaque variable, définissez :

-la priorité

-le timing associé

-l'indicateur SMART (Spécifique, Mesurable, Atteignable, Réalisable et Temporellement défini)

-la notion de PROJET(action définie dans le temps) ou PLAN D'ACTION (action récurrente)

Une fois les variables d'actions clés définies pour chaque axe, posez-vous la question si cette action va servir ou non à d'autres axes. Cette information va vous permettre de prioriser votre plan.

ÉTAPE 10: Qui fait quoi ?

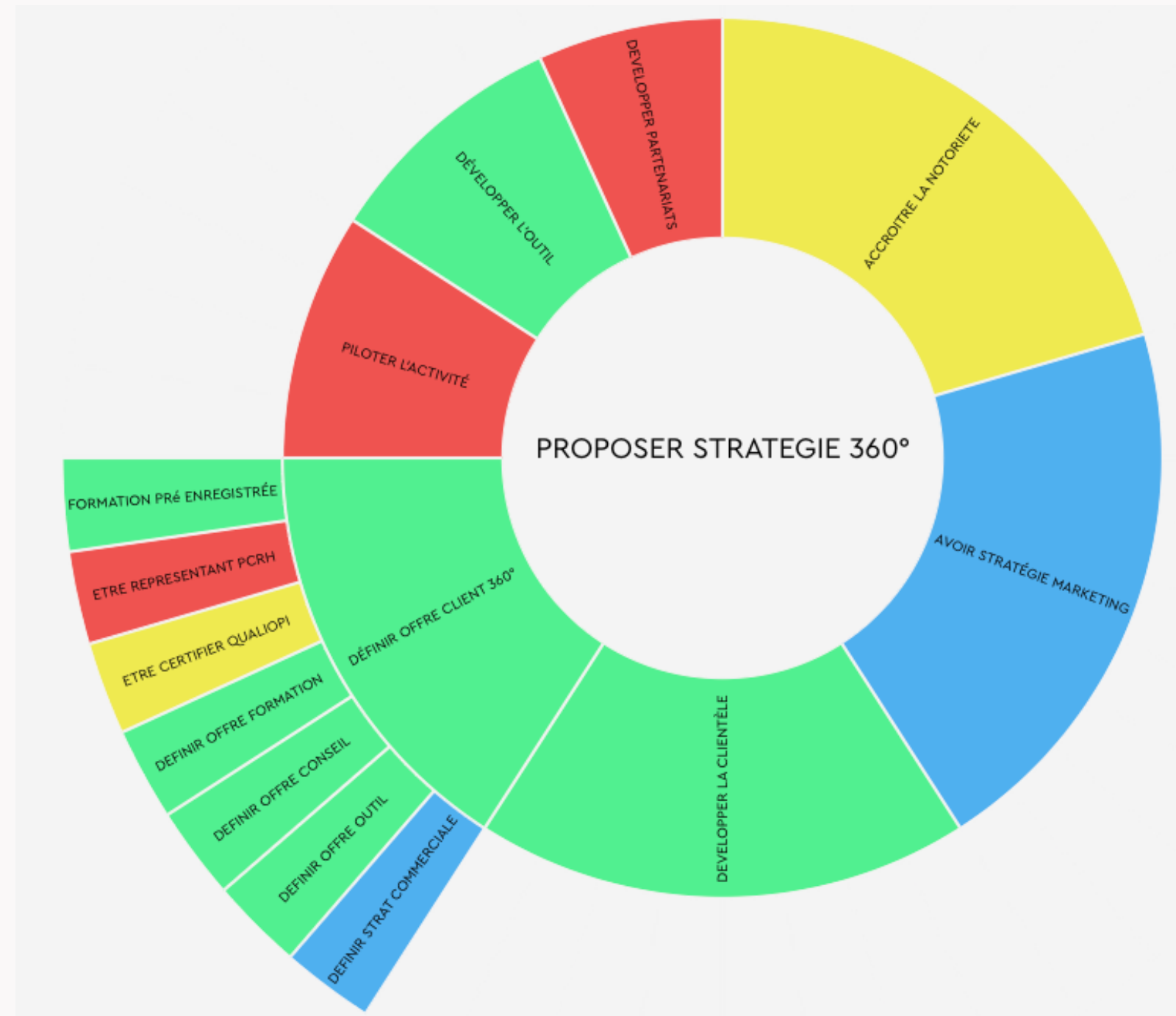
Ce sont vos collaborateurs qui créent de la valeur. En les embauchant, vous les intégrez dans votre entreprise pour qu'elle puisse croître et se développer.

Ainsi, ne gardez pas toutes ces actions pour vous. Impliquez-les en les rendant responsables de certaines actions et en leur proposant de réfléchir EUX-MÊME à comment ils vont atteindre les objectifs que vous leur proposez.

Ils vont donc pouvoir réaliser leur propre tableau où les VA 1... VA N définies en étape 9 vont devenir leurs objectifs:

	VA 1 devient OBJ 1	VA 5 devient OBJ 2
Action proposée 1		
Action proposée 2		

La mise en place d'un outil stratégique



Contactez-nous et restons en
contact



LINKEDIN

Clémence Boisselet
Aloah Strategy



CALENDLY

Prenez RDV pour 30 mn
gratuites
[https://calendly.com/clemen
ce-boisselet/echange](https://calendly.com/clemence-boisselet/echange)



SITE INTERNET

www.aloahstrategy.com



MAIL

contact@aloahstrategy.com