

SCALING UP GROWTH TOOLSTM

OUTILS EN UNE PAGE POUR ACCENTUER LA CROISSANCE DE VOTRE ENTREPRISE

■ **INDIVIDUS** : Plan personnel en une page

INDIVIDUS : Tableau des responsabilités liées aux fonctions

INDIVIDUS : Tableau des responsabilités liées aux processus

■ **STRATÉGIE** : Forces, Faiblesses, Tendances (FFT)

STRATÉGIE : 7 Strates d'une stratégie

STRATÉGIE : Plan stratégique en une page

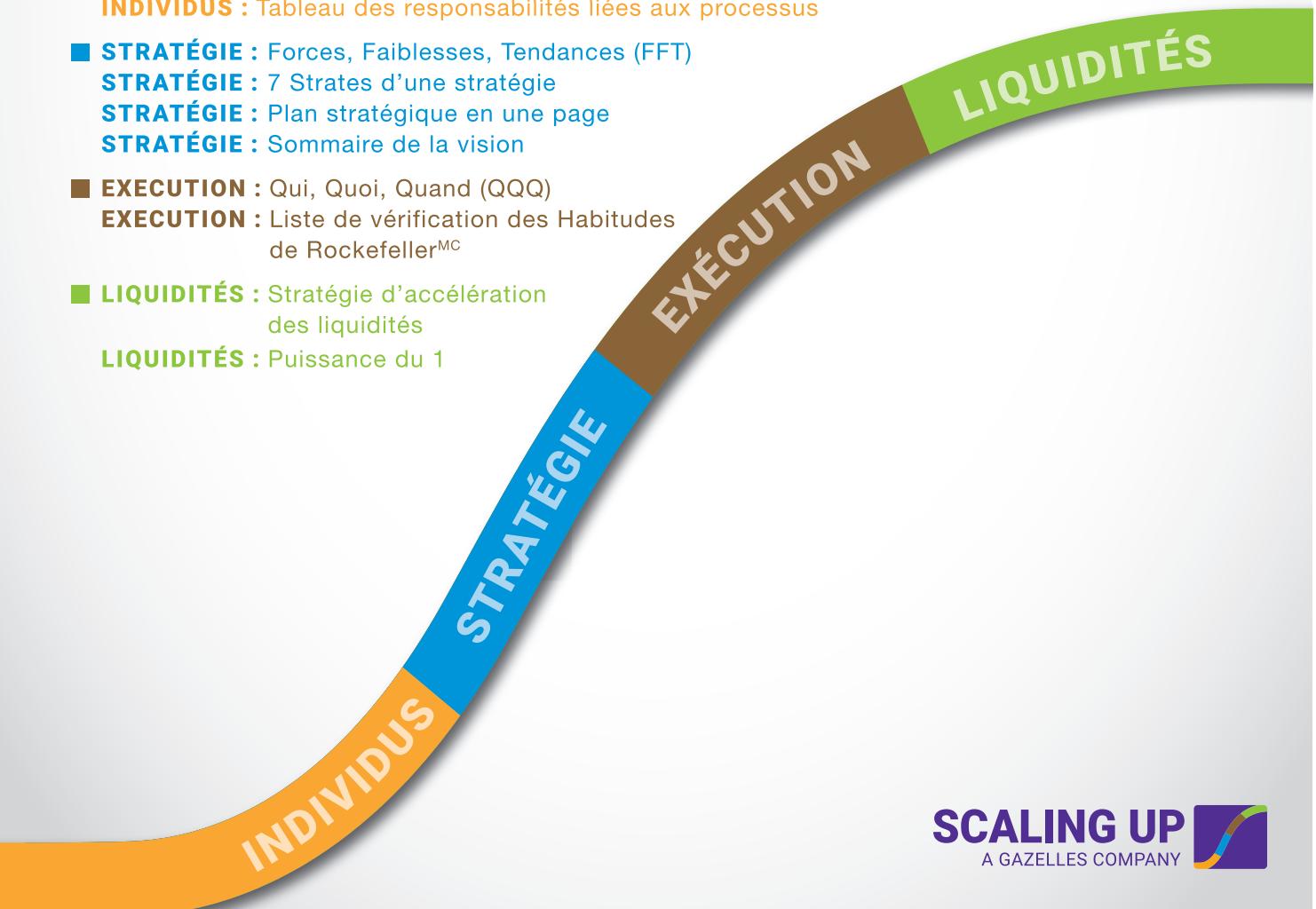
STRATÉGIE : Sommaire de la vision

■ **EXECUTION** : Qui, Quoi, Quand (QQQ)

EXECUTION : Liste de vérification des Habitudes
de Rockefeller^{MC}

■ **LIQUIDITÉS** : Stratégie d'accélération
des liquidités

LIQUIDITÉS : Puissance du 1



Structure en 4 points de Scaling Up

Obtenir des résultats

Une méthode de croissance éprouvée utilisée par des milliers d'entreprises pour générer des **RÉSULTATS**.

1 Moteur (avec Accélérateurs)

Coaching – Conseillers, Consultants, Coachs

Apprentissage – Formation continue

Technologie – Système de responsabilisation en matière de gestion

2 Dynamiques (Équilibre)

Individus (Réputation) – Employés, Clients, Actionnaires

Processus (Productivité) – Fabrication/Achat, Vente, Finance

3 Disciplines (Routines)

Priorités – L'élément principal

Données/Mesures – Qualitatives/Quantitatives

Rencontres rythmées – Quotidienne, hebdomadaire, mensuelle, trimestrielle, annuelle

4 Décisions (Bonnes questions)

Individus – Bien-être/Responsabilisation

Stratégie – Revenus/Croissance

Exécution – Profit/Temps

Liquidités – Oxygène/Options



Résultats

2x Liquidités • 3x Profitabilité • 10x Valeur • Plus de temps!

Nom : _____

Date : _____

| | Relations | Réussites | Rituels | Richesse (\$) |
|-----------|-------------------------|-----------|-----------|---------------|
| Croyances | | | | |
| Famille | 10-25 ans (Aspirations) | | | |
| Amis | 1 an (Activités) | | | |
| Santé | 90 jours (Actions) | Commencer | Commencer | Commencer |
| Finance | | Commencer | Commencer | Commencer |
| | Cesser | Cesser | Cesser | Cesser |
| | | | | |

- 1 Nommez la personne responsable de chaque fonction.
- 2 Posez les 4 questions au bas de la page aux personnes affectées à chaque fonction.
- 3 Nommez les indicateurs de rendement clés (IRC) pour chacune des fonctions.
- 4 Selon vos profits/pertes et votre bilan, assignez une personne à chaque fonction, et obtenez les résultats appropriés.

| Fonctions | 1 Personne responsable | 3 Indicateurs prospectifs (Indicateurs de rendement clés) | 4 Résultats (Éléments P/P ou bilan) |
|--|------------------------|--|--|
| Chef d'entreprise | | | |
| Marketing | | | |
| R&D/Innovation | | | |
| Ventes | | | |
| Opérations | | | |
| Trésorerie | | | |
| Contrôleur | | | |
| Technologie de l'information | | | |
| Ressources humaines | | | |
| Développement des talents/ Formation continue | | | |
| Assistance aux clients | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| Chefs des divisions de l'entreprise | | | |
| • _____ | | | |
| • _____ | | | |
| • _____ | | | |
| • _____ | | | |

2 Identifiez : 1. Plus d'une personne pour une fonction; 2. Une personne, plusieurs fonctions; 3. Fonction inoccupée;
4. Réembauche sans hésitation?

- 1 Nommez de 4 à 9 processus qui représentent les moteurs de croissance pour votre entreprise.
 - 2 Assignez une personne spécifiquement responsable de chaque processus.
 - 3 Énumérez les Indicateurs de rendement clés (IRC) liés à chaque processus (qualité, rapidité, à bon prix).

Tendances

Quelles sont les modifications importantes à la technologie, à la distribution, à l'innovation des produits, aux marchés, aux habitudes des consommateurs et aux tendances sociales mondiales qui peuvent avoir une incidence sur votre industrie et votre entreprise?

Forces/Compétences fondamentales

Quelles sont les forces inhérentes à l'organisation qui sont à l'origine de votre succès?

Faiblesses

Quelles sont les faiblesses inhérentes à l'organisation qui ne changeront probablement pas?

Stratégie : 7 Strates d'une stratégie

Nom de l'entreprise :

Mots qui vous appartiennent (notoriété) :

Bac à sable et promesses de marque :

| Qui/Où (Clients cibles) | Quoi (Produits et services) | Promesses de marque | Indicateurs (IRC) |
|-------------------------|-----------------------------|---------------------|-------------------|
| | | | |

Garantie liée à la promesse de marque (mécanisme catalytique) :

Stratégie en UNE seule phrase (la clé pour faire de l'argent) :

Activités de différenciation (de 3 à 5 initiatives clés) :

Facteur X (10x-100x avantage multiplié) :

Profit/X (Moteur économique) :

BHAG^{MD} (But ultime sur 10 à 25 ans) :

BHAG est une marque déposée de Jim Collins et Jerry Porras.

Stratégie : Plan stratégique en une page

Nom de l'entreprise :

Individus (« moteurs » de votre réputation)

Employés

Clients

Actionnaires

- | | | |
|----------|----------|----------|
| 1. _____ | 1. _____ | 1. _____ |
| 2. _____ | 2. _____ | 2. _____ |
| 3. _____ | 3. _____ | 3. _____ |

| CROYANCES et VALEURS FONDAMENTALES (À faire/À ne pas faire) | | RAISON D'ÊTRE (Pourquoi) | OBJECTIFS (3-5 ANS) (Où) | OBJECTIFS (1 AN) (Quoi) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|---|--|----------------------------|---|---------|---|--------|---|-------------|---|---|--|---|---------|---|--------|---|-------------|---|-------------|---|------------|---|------------------|--|----------------|--|-----------|--|---|--|---|--|
| | | | <table border="1"> <tr><td>Date future</td><td></td></tr> <tr><td>Revenus</td><td></td></tr> <tr><td>Profit</td><td></td></tr> <tr><td>Cap. Bours.</td><td></td></tr> </table> <p style="text-align: center;">Bac à sable</p> | Date future | | Revenus | | Profit | | Cap. Bours. | | <table border="1"> <tr><td>Fin de l'année</td><td></td></tr> <tr><td>Revenus</td><td></td></tr> <tr><td>Profit</td><td></td></tr> <tr><td>Cap. Bours.</td><td></td></tr> <tr><td>Marge brute</td><td></td></tr> <tr><td>Liquidités</td><td></td></tr> <tr><td>Recouvrement (j)</td><td></td></tr> <tr><td>Inventaire (j)</td><td></td></tr> <tr><td>Rev./Emp.</td><td></td></tr> </table> | Fin de l'année | | Revenus | | Profit | | Cap. Bours. | | Marge brute | | Liquidités | | Recouvrement (j) | | Inventaire (j) | | Rev./Emp. | | | | | |
| Date future | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Revenus | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Profit | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Cap. Bours. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fin de l'année | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Revenus | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Profit | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Cap. Bours. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Marge brute | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Liquidités | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Recouvrement (j) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Inventaire (j) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Rev./Emp. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | <p>Actions Valeurs, raison d'être, BHAG^{MD}</p> <table border="1"> <tr><td>1</td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td></td></tr> <tr><td>4</td><td></td></tr> <tr><td>5</td><td></td></tr> </table> <p>Profit/X</p> <p>BHAG^{MD}</p> | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | | <p>Capacités et projets clés Priorités sur 3 à 5 ans</p> <table border="1"> <tr><td>1</td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td></td></tr> <tr><td>4</td><td></td></tr> <tr><td>5</td><td></td></tr> </table> <p>« IRC » promesse de marque</p> <p>Promesse de marque</p> | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | | <p>Initiatives clés Priorités sur 1 an</p> <table border="1"> <tr><td>1</td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td></td></tr> <tr><td>4</td><td></td></tr> <tr><td>5</td><td></td></tr> </table> <p>Chiffre critique : gens « B/S »</p> <ul style="list-style-type: none"> █ █ █ Entre vert et rouge █ <p>Chiffre critique : processus « P/L »</p> <ul style="list-style-type: none"> █ █ █ Entre vert et rouge █ | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | |
| 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Forces/Compétences fondamentales

1. _____
2. _____
3. _____

Faiblesses

1. _____
2. _____
3. _____

BHAG est une marque déposée de Jim Collins et Jerry Porras.

Processus (« moteurs » de productivité)**Opération (Fabrication/Achat)****Vente****Finance**

1. _____
 2. _____
 3. _____

1. _____
 2. _____
 3. _____

1. _____
 2. _____
 3. _____

| ACTIONS (TRIMESTRE) (Comment) | | THÈME (Trimestriel/Annuel) | VOTRE RESPONSABILITÉ (Qui/Quand) | |
|---|--|---|--|--|
| Trimestre no | | Échéance | Vos « IRC » | |
| Revenus | | Objectif mesurable/Chiffre critique | But | |
| Profit | | | 1 | |
| Cap. Bours. | | | 2 | |
| Marge brute | | | 3 | |
| Liquidités | | | | |
| Recouvrement (j) | | | | |
| Inventaire (j) | | | | |
| Rev./Emp. | | | | |
| Roches Priorités du trimestre | | Nom du thème | | |
| 1 | | Design de la carte de pointage Décrire le design ici. | | |
| 2 | | | | |
| 3 | | | | |
| 4 | | | | |
| 5 | | | | |
| | | Vos priorités du trimestre | | |
| | | Date | | |
| 1 | | | | |
| 2 | | | | |
| 3 | | | | |
| 4 | | | | |
| 5 | | | | |

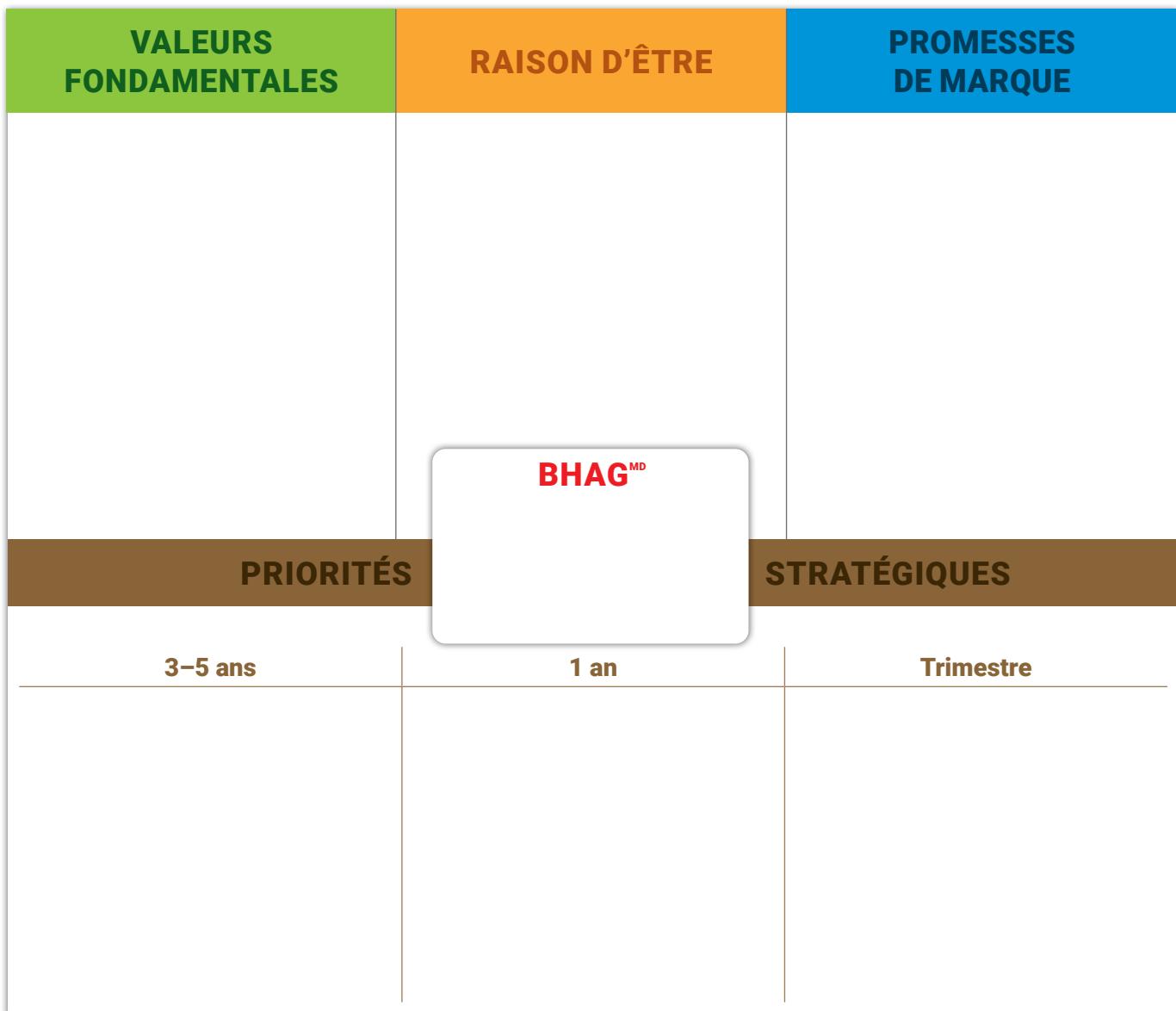
| | | |
|---|--------------------|---|
| Chiffre critique : gens « B/S » █ █ █ Entre vert et rouge █ | Célébration | Chiffre critique : gens « B/S » █ █ █ Entre vert et rouge █ |
| Chiffre critique : processus « P/L » █ █ █ Entre vert et rouge █ | Récompense | Chiffre critique : processus « P/L » █ █ █ Entre vert et rouge █ |

Tendances

1. _____
 2. _____
 3. _____

4. _____
 5. _____
 6. _____

BHAG est une marque déposée de Jim Collins et Jerry Porras.



Votre nom : _____

| Vos « IRC » | | But |
|-------------|--|-----|
| 1 | | |
| 2 | | |
| 3 | | |

- Chiffre critique : gens « B/S »**
- -
 - Entre vert et rouge
 -
- Chiffre critique : processus « P/L »**
- -
 - Entre vert et rouge
 -

| Vos priorités du trimestre | | | Date |
|----------------------------|--|--|------|
| 1 | | | |
| 2 | | | |
| 3 | | | |
| 4 | | | |
| 5 | | | |

BHAG est une marque déposée de Jim Collins et Jerry Porras.

1. L'équipe de direction est prête et préparée.

- Les membres de l'équipe comprennent leurs différences, priorités et styles mutuels.
- L'équipe se rencontre fréquemment (idéalement sur une base hebdomadaire) pour mener une réflexion stratégique.
- L'équipe participe à la formation continue des cadres (une formation mensuelle est conseillée).
- L'équipe est en mesure de participer à des débats constructifs et tous les membres se sentent à l'aise d'y participer.

2. Tout le monde est orienté vers la seule chose à exécuter d'ici la fin du trimestre pour faire progresser l'entreprise.

- Le chiffre critique est identifié pour faire progresser l'entreprise ce trimestre.
- De 3 à 5 priorités (roches) qui appuient le chiffre critique sont identifiées et classées en ordre d'exécution pour le trimestre.
- Un thème trimestriel ainsi qu'une célébration/récompense sont annoncés à tous les employés afin de réaliser le chiffre critique.
- Le thème et le chiffre critique du trimestre sont affichés dans l'ensemble de l'entreprise et les employés sont avisés du progrès chaque semaine.

3. Le rythme des communications est établi et l'information est acheminée partout dans l'entreprise de façon exacte et rapide.

- Tous les employés participent à une rencontre quotidienne de moins de 15 minutes.
- Toutes les équipes se rencontrent chaque semaine.
- Les cadres et les cadres intermédiaires se rencontrent chaque mois pour une journée de formation, de résolution de problèmes et de transfert d'ADN.
- Chaque année et chaque trimestre, les cadres et cadres intermédiaires se rencontrent à l'extérieur du lieu de travail pour réfléchir sur les 4 Décisions.

4. Une personne est affectée à chaque facette de l'organisation et est responsable de l'atteinte des objectifs.

- Le Tableau des responsabilités liées aux fonctions est rempli (les bonnes personnes affectées aux bonnes tâches).
- Une personne est affectée à chaque poste du bilan financier.
- Chacun des 4 à 9 processus du Tableau des responsabilités liées aux processus est attribué à une personne responsable.
- Chacune des orientations/capacités clés visée sur 3 à 5 ans est attribuée à un expert sur le comité consultatif si une expertise interne n'est pas disponible.

5. Les commentaires continus des employés sont recueillis afin d'identifier les obstacles et les opportunités.

- Tous les cadres (et les cadres intermédiaires) doivent avoir une conversation Commencer/Cesser/Continuer avec au moins un employé par semaine.
- Les suggestions provenant des conversations avec les employés sont partagées à la réunion hebdomadaire de l'équipe de direction.
- Les commentaires des employés à propos des obstacles et des opportunités sont recueillis chaque semaine.
- Une équipe de cadres intermédiaires est responsable de fermer la boucle sur tous les obstacles et sur toutes les opportunités.

6. L'analyse des commentaires des clients et la production de rapports sur ceux-ci sont aussi fréquentes et exactes que les données financières.

- Tous les cadres (et les cadres intermédiaires) ont une conversation sur les 4Q avec au moins un utilisateur final chaque semaine.
- Les suggestions provenant des conversations avec les clients sont partagées à la réunion hebdomadaire de l'équipe de direction.
- Tous les employés participent à la collecte des données sur les clients.
- Une équipe de cadres intermédiaires est responsable de fermer la boucle sur tous les commentaires des clients.

7. Les valeurs fondamentales et la raison d'être sont reflétées dans la vie de l'entreprise.

- Les valeurs fondamentales sont déterminées, la raison d'être est énoncée et les deux sont connues de tous les employés.
- Tous les cadres et cadres intermédiaires se rapportent aux valeurs fondamentales et à la raison d'être au moment de distribuer des compliments ou des réprimandes.
- Les processus et activités des RH cadrent avec les valeurs fondamentales et la raison d'être de l'entreprise (embauche, orientation, évaluation du rendement, reconnaissance, etc.).
- Des actions sont déterminées et mises en oeuvre chaque trimestre pour renforcer les valeurs fondamentales et la raison d'être dans l'organisation.

8. Tous les employés peuvent énoncer de façon exacte les éléments clés de la stratégie d'entreprise.

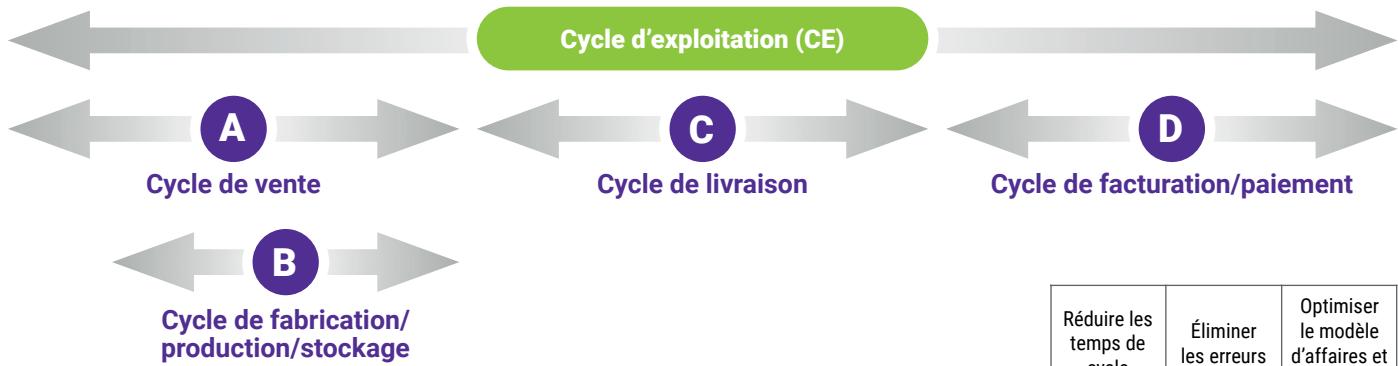
- But hautement audacieux et grandiose (BHAG^{MD}) – Le suivi du progrès est effectué et celui-ci est visible.
- Clients fondamentaux – Leur profil en 25 mots ou moins.
- 3 promesses de marque – Des rapports sur les Indicateurs de rendement clés (IRC) liés à ces promesses de marque sont produits chaque semaine.
- Argumentaire condensé (Elevator Pitch) – Une réponse convaincante à la question « Dans quel domaine votre entreprise se spécialise-t-elle? »

9. Tous les employés peuvent répondre de façon quantitative s'ils ont eu une bonne journée ou une bonne semaine (colonne 7 du Plan stratégique en une page).

- Des rapports sur 1 ou 2 Indicateurs de rendement clés (IRC) sont produits chaque semaine pour chaque rôle/personne.
- Chaque employé a un chiffre critique qui cadre avec le chiffre critique de l'entreprise pour le trimestre (alignement clair).
- Chaque individu/équipe a de 3 à 5 priorités/roches trimestrielles qui cadrent avec celles de l'entreprise.
- Tous les cadres et les cadres intermédiaires ont un coach (ou un pair qui agit à titre de coach) qui les tient responsables des changements à leur comportement.

10. Le plan et le rendement de l'entreprise sont visibles à tous.

- Une salle est dédiée aux rencontres hebdomadaires (physiques ou virtuelles).
- Les valeurs fondamentales, la raison d'être et les priorités sont affichées dans l'ensemble de l'entreprise.
- Les tableaux de pointage sont affichés partout et indiquent le progrès actuel sur les IRC et les chiffres critiques.
- Un système est mis en place pour assurer le suivi et la gestion des priorités et des IRC en cascade.



A Moyens d'améliorer votre cycle de vente

| | | | |
|---|--|--|--|
| 1 | | | |
| 2 | | | |
| 3 | | | |
| 4 | | | |
| 5 | | | |

B Moyens d'améliorer votre cycle de fabrication/production/stockage

| | | | |
|---|--|--|--|
| 1 | | | |
| 2 | | | |
| 3 | | | |
| 4 | | | |
| 5 | | | |

C Moyens d'améliorer votre cycle de livraison

| | | | |
|---|--|--|--|
| 1 | | | |
| 2 | | | |
| 3 | | | |
| 4 | | | |
| 5 | | | |

D Moyens d'améliorer votre cycle de facturation/paiement

| | | | |
|---|--|--|--|
| 1 | | | |
| 2 | | | |
| 3 | | | |
| 4 | | | |
| 5 | | | |

Votre Puissance du 1

Flux net de trésorerie \$

BAIIA (EBIT) \$

Votre position actuelle



Votre Puissance du 1

Changement que vous désirez apporter

Impact annuel sur les liquidités \$

BAIIA (EBIT) \$

| | | | |
|--|-------|--|--|
| Augmentation du prix % | % | | |
| Augmentation du volume % | % | | |
| Réduction des coûts des marchandises vendues % | % | | |
| Réduction des frais généraux % | % | | |
| Réduction des comptes recevables (jour) | Jours | | |
| Réduction de l'inventaire (jour) | Jours | | |
| Augmentation des comptes payables (jour) | Jours | | |

Votre impact de la Puissance du 1

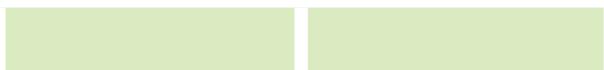


Votre Puissance du 1

Flux net de trésorerie \$

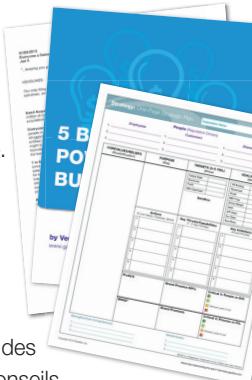
BAIIA (EBIT) \$

Votre position **ajustée**



3 PRIORITÉS RECOMMANDÉES AUX ENTREPRISES EN HYPERCROISSANCE

1. Inscrivez-vous aux « **Weekly Insights** » de Verne Harnish pour recevoir les plus récents outils, idées et techniques afin d'assurer la croissance de votre entreprise.
2. Téléchargez votre exemplaire du **Plan stratégique en une page** et autres outils en une page.
3. Sur scalingup.com, accédez à de courts articles « **Growth Guy** » vous présentant des astuces pratiques pour rassembler vos conseils consultatifs, planifier des rencontres quotidiennes avec vos représentants et 75 autres sujets.



Visitez www.ScalingUp.com

SCALING UP
A GAZELLES COMPANY 

INDIVIDUS STRATÉGIE EXÉCUTION LIQUIDITÉS



SCALING UP
SCOREBOARD 

Le logiciel officiel pour le déploiement de votre hypercroissance.

Pour une croissance 2x plus rapide :

En général, les entreprises qui utilisent ce logiciel réalisent **2x plus de priorités** après 12 mois.



Organisez des réunions quotidiennes et hebdomadaires.



Votre plateforme centrale pour accéder à votre plan stratégique en une page et à d'autres outils de croissance.



Organisez vos priorités et suivez l'évolution de vos IRC.



Puissance du 1 et Stratégie d'accélération des liquidités.

Demandez une démo à scalingup.com/software ouappelez le 888.315.4049

DÉVELOPPEZ UNE CULTURE.
CULTIVEZ LES CONNAISSANCES.
RÉCOMPENSEZ LES RÉSULTATS.

 **Better Book Club**.com

- Offrez-vous un programme de formation efficace et abordable
- Augmentez le capital humain de votre équipe
- Récompensez vos employés d'avoir lu des livres pertinents

Lorsque chaque membre d'une équipe apprend et se développe, l'entreprise au complet apprend et croît.

Pour plus d'information, visitez betterbookclub.com

SCALING UP
COACHES 

Nos coachs utilisent les outils **Scaling Up - Hypercroissance** pour aider les équipes de gestion à aligner leurs décisions et leurs actions avec les Individus, la Stratégie, l'Exécution et les Liquidités, basés sur les meilleures pratiques éprouvées.

« Recordsforce utilise la méthode Gazelles depuis un an et demi, et nous l'adorons! Cette méthode a fait une différence incroyable pour moi en tant que PDG, me permettant d'avoir une véritable méthodologie pour gérer mon entreprise. »

— Bill Becker, président

INDIVIDUS

Devenez un aimant à joueurs A, augmentez la responsabilité et améliorez les performances.

STRATÉGIE

Alignez vos valeurs, soyez honnête face à vos FFOM et développez une stratégie 3 à 5 ans pour catapulter votre croissance.

EXÉCUTION

Menez une exécution sans faille dans votre organisation et peaufinez vos processus pour un fonctionnement sans drame.

LIQUIDITÉS

Rationalisez les flux de trésorerie pour alimenter la croissance et resserrez votre cycle de vente pour des réserves de trésorerie saines.

**LAISSEZ-NOUS VOUS
PRÉSENTER VOTRE COACH
CERTIFIÉ EN
HYPERCROISSANCE!**

Pour commencer, écrivez-vous à : coaching@ScalingUp.com

SCALING UP
Rockefeller Habits Certified 

Transformez votre organisation en une machine **SCALING UP**

Faites partie du seul cours en ligne regroupant **75 dirigeants sélectionnés avec soin** qui, en l'espace de 3 mois, réinventeront les opérations de leur entreprise grâce aux conseils de **Verne Harnish et des coachs accrédités Scaling Up**.

Inscrivez-vous au prochain groupe sur **scaleupu.com**



 **ScaleUpU**
powered by Growth Institute

NOTES :

NOTES :

NOTES :

NOTES :

