***Business intelligence***

**AXE 1 : Étude de Marché**

* **Business Model Canvas**  
  Un outil visuel permettant de définir et de représenter les éléments clés du modèle économique d'une entreprise : segments de clientèle, proposition de valeur, canaux de distribution, relations clients, ressources, activités et partenaires clés, structure de coûts, et sources de revenus. Il permet de clarifier les interactions entre ces éléments et de valider la viabilité d’un projet.
* **Analyse PESTEL**  
  Cadre d’analyse qui examine l'impact des facteurs Politiques, Économiques, Sociaux, Technologiques, Écologiques et Légaux sur l’environnement d'une entreprise. L’analyse PESTEL permet d’anticiper les risques et les opportunités externes pour une meilleure prise de décision.
* **Analyse SWOT**  
  Outil stratégique évaluant les Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces internes et externes d'une entreprise. Il est utilisé pour diagnostiquer la position de l’entreprise sur le marché et orienter sa stratégie en fonction de ses capacités et des risques de l’environnement.
* **Les 5 Forces de Porter**  
  Modèle permettant d'analyser la compétitivité d'un marché par l’étude de cinq forces : la rivalité entre concurrents, le pouvoir de négociation des clients, le pouvoir de négociation des fournisseurs, la menace de nouveaux entrants, et la menace des produits de substitution. Il sert à évaluer la pression concurrentielle et à identifier les leviers stratégiques.
* **Benchmark des Concurrents**  
  Processus d’analyse comparative avec les concurrents pour évaluer les pratiques, produits, services, et performances d’une entreprise. Ce repérage permet d'identifier les meilleures pratiques du secteur et de développer des stratégies d’amélioration pour accroître la compétitivité.

**AXE 2 : Marketing**

* **Mix Marketing (4P)**  
  Modèle fondamental du marketing, consistant en 4 éléments : Produit, Prix, Place (distribution), Promotion. Ces éléments permettent de structurer l’offre commerciale et d’adapter les actions en fonction du marché cible.
* **Marketing Management Moderne (4P Étendu)**  
  Une extension du mix traditionnel intégrant Personnes, Processus, Programmes d'action et Performance pour une gestion plus large des activités marketing. Ce modèle met l’accent sur l’expérience client et la qualité de l’offre au-delà du produit.
* **Segmentation du Marché et Ciblage**  
  La segmentation divise le marché en sous-groupes homogènes selon des critères spécifiques (démographiques, géographiques, psychographiques). Le ciblage permet de sélectionner les segments les plus attractifs pour adapter l’offre aux besoins spécifiques de chaque segment.
* **Définition du Positionnement**  
  La création d’un positionnement vise à construire une image de marque distincte et attrayante dans l’esprit des consommateurs, en se différenciant des concurrents. Ce processus clarifie la place que l’entreprise veut occuper sur le marché.
* **Lignes Directrices de la Marque**  
  Document encadrant les éléments visuels, ton et message de la marque, pour garantir une cohérence et une identification uniforme. Les guidelines de marque sont essentielles pour renforcer la reconnaissance et la confiance des clients.

### ****Logistique et Supply Chain Management****

La logistique et le Supply Chain Management (SCM) représentent l’ensemble des processus visant à planifier, exécuter, contrôler et optimiser le flux de produits, de services, d’informations et de ressources depuis les fournisseurs jusqu’aux clients finaux. Ce système assure que les produits sont disponibles au bon endroit, au bon moment, en quantité suffisante, et à un coût optimal.

* **Tableau de Bord Marketing**  
  Outil de suivi des performances marketing, comprenant des indicateurs clés de performance (KPI) tels que la notoriété de marque, le taux de conversion, et la satisfaction client. Il permet de suivre l’efficacité des actions et de les ajuster en temps réel.
* **Prévision et Mesure de la Demande**  
  Techniques de prévision permettant d'estimer la demande future pour optimiser l'approvisionnement et les actions de marketing. La mesure de la demande aide à adapter l’offre et les ressources nécessaires pour répondre aux attentes du marché.

**AXE 3 : Management Stratégique**

* **Stratégies d’Entreprise**  
  Les stratégies (croissance, diversification, différenciation) permettent de définir les orientations de développement de l’entreprise pour optimiser sa position sur le marché. Porter identifie notamment trois stratégies : domination par les coûts, différenciation, et concentration.
* **Segmentation Stratégique**
  + **Matrice BCG** : Classe les activités selon leur part de marché et leur taux de croissance pour orienter les décisions d’investissement.
  + **Matrice McKinsey** : Évalue l'attrait du marché et la force concurrentielle pour un positionnement stratégique éclairé.
  + **Découpage et Regroupement** : Techniques pour diviser les activités en unités stratégiques autonomes, facilitant l’allocation des ressources.
* **Alliance, Partenariat et Coopération**  
  Stratégies de collaboration permettant de partager des ressources, des compétences, ou des marchés avec d’autres entreprises. Les alliances et partenariats stratégiques améliorent la compétitivité et ouvrent de nouvelles opportunités de croissance.
* **Les Parties Prenantes**  
  Les parties prenantes sont les individus, groupes ou organisations ayant un intérêt direct ou indirect dans les activités et résultats d'une organisation. Leur influence peut être positive ou négative, et leur engagement est essentiel pour la réussite des projets et pour assurer la durabilité des actions de l’entreprise.

**AXE 4 : Management de Projet**

* **Diagramme de Gantt**  
  Représentation graphique des étapes d’un projet dans le temps, permettant de visualiser les délais, d’identifier les dépendances entre tâches et de suivre l’avancement des projets.
* **Méthode PERT (Program Evaluation and Review Technique)**  
  Méthode d’ordonnancement de projet axée sur l’estimation des durées des activités pour déterminer le chemin critique. Le PERT facilite la gestion des incertitudes en planifiant des durées optimales, pessimistes et optimistes.
* **Kanban Board**  
  Un tableau visuel permettant de suivre l’avancement des tâches d’un projet. Divisé en colonnes représentant les étapes (comme "À faire", "En cours", "Terminé"), le Kanban aide les équipes à gérer les flux de travail en temps réel, à identifier les goulots d’étranglement et à améliorer l’efficacité en réduisant les délais.
* **Outils de Management de Projet**  
  Les outils de gestion de projet (ex. Trello, Asana, MS Project) facilitent la planification, l’allocation des ressources, et le suivi des équipes, en optimisant la communication et la productivité des projets.

**AXE 4 : Finance**

* **Plan d'Investissement**  
  Document décrivant les besoins financiers et les investissements nécessaires au démarrage ou au développement d’un projet. Il permet d'évaluer le montant des fonds à mobiliser et leur allocation.
* **Plan de Financement**  
  Tableau de financement indiquant les sources de financement (fonds propres, dettes) et leur utilisation. Il facilite la gestion de la trésorerie et la rentabilité de l’entreprise.
* **Amortissement**  
  Procédé comptable pour répartir le coût des immobilisations sur leur durée de vie. L’amortissement permet de réduire l’impact des dépenses d’investissement sur les comptes annuels.
* **Bilan**  
  Document financier présentant les actifs, passifs et capitaux propres de l’entreprise à un moment donné. Le bilan offre une vue d’ensemble de la situation financière de l’entreprise.
* **Compte de Produits et Charges (CPC)**  
  État financier montrant les produits et charges de l’entreprise sur une période donnée, permettant d’évaluer la performance économique et la rentabilité.
* **Trésorerie**  
  Solde des liquidités disponibles après déduction des sorties de fonds, essentiel pour maintenir la solvabilité de l’entreprise et gérer les besoins en fonds de roulement.

**AXE 5 : RH et direction générale**

### ****Les 5S****

Méthode japonaise issue du Lean Management, les 5S sont utilisés pour organiser les espaces de travail afin de maximiser l'efficacité, réduire les pertes de temps et assurer la sécurité. Les cinq étapes sont : Seiri (Trier), Seiton (Ranger), Seiso (Nettoyer), Seiketsu (Standardiser) et Shitsuke (Soutenir).

### ****Matrice de matérialité****

Outil stratégique permettant de hiérarchiser les priorités de l’entreprise en fonction des attentes des parties prenantes et des objectifs internes. Elle évalue les enjeux économiques, sociaux et environnementaux les plus importants pour les parties prenantes et l’entreprise.

### ****Méthode SCRUM****

Méthode de gestion de projet agile, SCRUM favorise la collaboration, la flexibilité et l’amélioration continue. Organisée en sprints (courtes périodes), elle inclut des réunions régulières (scrums) pour assurer la progression et l’alignement de l’équipe.

### ****Matrice RACI****

Un outil de gestion de responsabilités qui attribue quatre rôles distincts aux membres de l’équipe pour chaque tâche ou livrable : Responsable (R), Autorité (A), Consulté (C) et Informé (I).

### ****Tableau de bord de performance (KPI)****

Système d’indicateurs de performance clés (KPI) qui permet de mesurer et d’évaluer les performances des processus et des collaborateurs.

### ****Balanced Scorecard (Tableau de bord équilibré)****

Cadre de gestion stratégique qui analyse les performances de l'entreprise sous quatre angles : financier, client, processus internes, et apprentissage/innovation.