

La démarche stratégique de l'entrepreneur

CHAPITRE 2

- ▶ Trouver une excellente idée pour une nouvelle entreprise n'est que la première étape d'un long et difficile parcours pour les entrepreneurs.
- ▶ L'une des priorités doit être de déterminer si les clients seront prêts à consommer ces produits ou services.

► « *Les entrepreneurs ont tendance à se passionner pour leurs idées, mais ce qui compte vraiment, c'est le client. Il faut savoir se mettre à sa place.*»

Beth Parker

Les erreurs commises lors de la phase de lancement ont de profondes répercussions sur les chances de survie d'une entreprise.

Cinq conseils qui aideront à attirer de nouveaux clients

1. Connaître ses clients
2. Afficher sa différence
3. Penser à long terme
4. Obtenir de l'aide
5. Être réceptif aux commentaires

Définir la stratégie

- ▶ Fixer les perspectives de l'entreprise à 3 à 5 ans.
- ▶ La planification stratégique clarifie les objectifs à long terme et les étapes nécessaires pour les atteindre.
- ▶ Une stratégie claire qui repose sur un plan d'affaires fournit une vision de l'évolution future de l'entreprise et une carte pour réaliser cette vision.

Création de la feuille de route exposant le projet d'entreprise et traçant la voie vers sa réussite.

- ▶ Utiliser le plan d'affaires pour guider la gestion stratégique
- ▶ Garder la stratégie d'affaires et le plan d'action à jour et suivre la croissance de l'entreprise.

Démarche stratégique



Conseils de rédaction

Le plan d'affaires

La trousse du plan d'affaires

Rédiger un plan : 10 éléments

Entreprises différentes => Pas de norme absolue à suivre pour établir un plan stratégique.

1. Résumé

Description de la mission, les valeurs, les enjeux et les objectifs de votre entreprise, et les principales stratégies à mettre en œuvre pour atteindre les objectifs en question.

Il doit couvrir l'essentiel et être rédigé en dernier.

2. Page de la signature

Signatures des membres du conseil d'administration ou de la haute direction qui ont approuvé le plan stratégique.

=> Renforcer leur engagement à l'égard du plan.

3. Description de l'entreprise : Énoncés de la mission, de la vision et des valeurs

Mission: indiquer les activités courantes de votre entreprise.

Vision : décrit ce qu'elle entend faire à plus ou moins long terme.

Valeurs : a pour objet de communiquer les grandes priorités, p. ex., le travail d'équipe, l'intégrité et l'orientation client.

4. Analyse stratégique

Un aperçu des forces, des faiblesses, des possibilités et des menaces.

C'est une bonne idée de présenter ces éléments sous forme d'évaluations interne et externe.

=> *Indiquer clairement les questions auxquelles il est prévu de s'attaquer.*

5. Stratégies et tactiques

Présentez les stratégies globales, p. ex., accroître la part de marché, et les tactiques particulières qui vous permettront de les réaliser.

6. Plan d'action

Définir les responsabilités et les échéances.

7. Plan budgétaire et plan opérationnel

Détailler les ressources et le financement nécessaire à l'atteindre des objectifs stratégiques.

=> Le plan opérationnel décrit les objectifs et les activités de l'exercice à venir.

8. Contrôle et évaluation

Spécifier les critères de contrôle et d'évaluation (**KPI**) - *Key Performance Indicator* -.

Assigner des responsabilités et utiliser un processus de mesure méthodique des progrès.

9. Communication du plan

Décrire comment communiquer le plan aux parties intéressées.

10. Communiquer le plan stratégique

La communication en temps opportun du plan aux parties prenantes est essentielle à la réussite de sa mise en œuvre.

La désignation de celui qui devrait obtenir la copie du plan et faire preuve de vigilance au moment des envois afin qu'il ne tombe pas entre les mains de concurrents.

Conseils pour communiquer le plan stratégique de façon judicieuse:

- ▶ Organiser une réunion destinée à présenter le plan aux employés ; la communication face à face est toujours plus efficace.
- ▶ Publier des points saillants de la planification dans le bulletin de l'entreprise afin de renforcer les messages qui s'adressent au personnel.
- ▶ Demander aux employés ce qu'ils en pensent et encouragez la discussion.

- ▶ Reproduire les passages importants, p. ex., les objectifs opérationnels, dans le matériel d'orientation remis aux nouvelles recrues de l'organisation.
- ▶ Utiliser le plan de com pour développer les outils de marketing et faire signer un accord de confidentialité aux agences auxquelles il est fait appel pour des services.
- ▶ Le plan et les communications imprimées ou électroniques doivent avoir une présentation uniforme et être conformes à l'image voulue de l'entreprise.

FIN