

Nos valeurs

Nous nous engageons pleinement à contribuer au succès de nos clients. Nous mettons toutes nos ressources à leur disposition en prenant en considération leur expérience passée qui est une ressource clé.

Nous nous engageons à générer de la valeur ajoutée pour nos clients, afin d'amortir plusieurs fois leur investissement. Il ne s'agit pas simplement de donner des idées ou de faire des présentations : nous contribuons véritablement à instaurer des changements tangibles et positifs au sein des organisations de nos clients.

Introduction

L'audit stratégique et commercial a pour objet d'orienter la stratégie de l'entreprise. Il va permettre à l'organisation de se positionner vis à vis d'elle-même et de son environnement. Une stratégie adaptée aux moyens et à la vision du chef d'entreprise est un facteur primordial de la réussite économique.

Objectifs et moyens mis en oeuvre

Mise en phase ascensionnelle de l'organisation générale de l'entreprise avec son secteur d'activité et son marché. Se doter des outils de performances économiques et commerciales face à ses concurrents directs et indirects.

Programme

PHASE 1 : Prise de connaissance de l'entreprise

PHASE 2 : Analyse de la performance globale de l'entreprise

AUDIT INTERNE

• Exploration de la politique générale de l'entreprise

Culture d'entreprise, collaborateurs et employés (fonctions et degrés de responsabilité), situation actuelle, performances et faiblesses.

• Exploration de la politique commerciale de l'entreprise

Recensement des compétences commerciales, types de canaux de distribution, qualité du réseau, analyse de la stratégie de communication, stratégie digitale, enjeux et besoins commerciaux, enjeux et besoins en marketing et communication et enjeux et besoins oenotouristiques.

• Exploration de l'offre

Caractéristiques produits (qualité, packaging, prix, marché), gamme de produits, positionnement et segmentation des produits, analyse de l'appareil de production

• Performances économiques et financières de l'entreprise

AUDIT EXTERNE

• Exploration de la demande du marché, demande consommateur

• Etat de l'environnement économique, politique, socio-culturel, technologique, écologique et légal

PHASE 3 : Détection des zones à risque

PHASE 4 : L'analyse des causes de dysfonctionnements stratégiques

PHASE 5 : Proposition de recommandation

PHASE 6 : Priorité et décision des actions, mise en place d'objectifs

PHASE 7 : Pilotage et suivi des actions

PHASE 8 : Contrôle. Les résultats sont-ils conformes aux objectifs ? La démarche stratégique est-elle pertinente ? Les opérations clé sont-elles maîtrisées ? Les moyens mis en oeuvre sont-ils adaptés ?

Public concerné :

chefs d'entreprises, salariés cadres

Participants - Durée :

- 1 à 3 personnes
- à évaluer suivant le besoin

Consultant :

Mr Monnereau Luc
bilingue anglais
Code : LMC-AUDIT-SC

Notre +

Consultant Expert
25 ans d'expérience terrain

p.40

Coût pédagogique sur devis

Lieu :

- France entière

Dates :

- A établir avec le(s) stagiaire(s).
- Délai d'accès à la Formation : 3 mois

Bon à savoir :

- Agrément n° 75331154533
- Formation finançable par les OPCO et éligible à



Pour les personnes en situation de handicap n'hésitez pas à nous contacter.