



## La Planification Stratégique

Les (bonnes) bases pour construire la stratégie générale d'un projet de développement à caractère commercial





# Sommaire

---

**05** Introduction

*Chapitre 1*

Les termes et  
leur sens

**07** Stratégie

**07** Entreprise

**07** Stratégie d'entreprise

**07** Objectif

**07** Ressource

*Chapitre 2*

Les enjeux de  
la planification  
stratégique

**09** L'anticipation est stratégique pour le succès d'un projet

**09** Au moins trois niveaux de planification stratégique dans un projet

**10** Planifier les tâches et les actions pour donner du sens aux  
collaborateurs et partenaires

**11** 7 facteurs clés de la motivation au travail

**12** Un itinéraire de voyage...

---



# Sommaire /suite

---

<i>Chapitre 3</i>	<b>14</b>	Concevoir avant d'agir
<b>Les 6 étapes de la planification stratégique</b>	<b>15</b>	Confirmer l'opportunité de développement
	<b>16</b>	Déterminer le cadre stratégique
	<b>17</b>	Fixer des objectifs stratégiques structurants
	<b>18</b>	Définir la feuille de route stratégique
	<b>18</b>	Identifier les moyens disponibles et les indicateurs de performance
	<b>20</b>	Définir et mettre en œuvre tactiques et plans d'actions
<hr/>		
<i>Chapitre 4</i>	<b>23</b>	Pérenniser une affaire
<b>Focus Business Development</b>	<b>24</b>	6 avantages de la planification en entreprise
	<b>25</b>	7 facteurs clés du succès en entreprise
	<b>27</b>	9 défis des entreprises du 21 <sup>ème</sup> siècle
	<b>30</b>	À propos de ND Consultant

# Introduction

## LA PLANIFICATION STRATÉGIQUE POUR QUI ? POURQUOI ?

Les principes de la planification stratégique ne concernent pas uniquement les promoteurs d'une activité professionnelle lucrative. Ce sont des principes qui peuvent s'appliquer à tous les pans de la vie professionnelle, dès lors qu'il y a des objectifs spécifiques à atteindre.

Ce livre blanc n'est par conséquent, pas uniquement réservé à l'usage des entrepreneurs. Il s'adresse à un public plus large de personnes qui veulent atteindre un but professionnel particulier, dans un délais précis. Ceci étant, notre métier étant le conseil et l'accompagnement aux entreprises, nous lui avons donné une orientation très entrepreneuriale.

## LA PLANIFICATION STRATÉGIQUE AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL.

Selon la Banque Mondiale, en 2020, le monde comptait 45,2 millions d'entreprises formalisées, sur une population active de 2,4 milliards d'individus à travers le monde. Mais la pandémie mondiale COVID-19 a profondément changé la

donne depuis cette étude.

L'entrepreneuriat de subsistance qui était déjà fortement présent dans les zones dites « à faibles revenus », est aujourd'hui omniprésent, sous des appellations différentes selon les territoires (autoentreprise, entrepreneuriat de subsistances, Freelance...etc). Or, de fait, ce modèle de fonctionnement dit "informel", est difficilement traçable par les autorités des pays.

En revanche, on trouve facilement les traces de nombre des ces activités professionnelles principales ou secondaires, sur les réseaux sociaux (groupe Meta, Twitter, LinkedIn, Telegram etc...). Hélas, peu d'entre elles semblent résister aux contraintes du marché au delà de quelques mois.

Ce livre blanc s'adresse donc principalement à ces personnes entreprenantes, pour les mettre sur la voie de la pérennisation de leur projets à caractère commercial ou associatif, en les aidant à consuire ou renforcer leur approche stratégique du marché ciblé.

Bonne lecture !

*Nathalie Daouda*

Fondatrice de ND Consultant

*Chapitre 1*

# Les termes et leur sens

Stratégie 07

---

Entreprise 07

---

Stratégie d'entreprise 07

---

Objectif 07

---

Ressource 07

---

# Les termes et leur sens

**STRATÉGIE**



L'art de planifier et de coordonner un ensemble d'opérations, en vue d'atteindre un objectif.

**ENTREPRISE**



Une unité économique, juridiquement autonome, de production de biens ou de services à but commercial.

**STRATÉGIE  
D'ENTREPRISE**



L'art de planifier et de coordonner l'ensemble des opérations d'une unité économique de production de biens ou de services, en vue d'atteindre un objectif à but commercial.

**OBJECTIF**



But, résultat vers lequel tend l'action de quelqu'un, d'un groupe.

**RESSOURCE**



Ce qui permet de faire quelque chose.



*Chapitre 2*

# Les enjeux de la planification stratégique

THINK  
BEFORE  
YOU  
SPEAK.  
READ  
BEFORE  
YOU  
THINK.

L'anticipation est stratégique pour le succès d'un projet **09**

Au moins trois niveaux de planification stratégique dans un projet **09**

Planifier les tâches et les actions pour donner du sens aux collaborateurs et partenaires **10**

7 facteurs clés de la motivation au travail **11**

Un itinéraire de voyage **12**



Photo de Brendan Church (Unsplash)

Selon une étude de [l'INSEE en 2016](#) 98% des petites entreprises [ne survivent pas](#) aux trois premières années de leur existence, pour plusieurs raisons. Les quatre principales sont :

- ❶ La solitude des entrepreneurs,
- ❷ Le manque d'investissement,
- ❸ Le défaut de certaines compétences,
- ❹ Le manque d'innovation.

Aujourd'hui dans le contexte socio-économique post-Covid19 que nous connaissons, il y a encore plus de créations d'entreprises qu'avant 2019. Mais la solidité de ces structures ne s'est pas améliorée pour autant. Les jeunes entreprises passent péniblement les douzes premiers mois de leur existence, formelle ou non.

## L'ANTICIPATION EST STRATÉGIQUE POUR LA SURVIE D'UN PROJET PROFESSIONNEL AUTANT QUE POUR UNE ENTREPRISE.

La planification stratégique permet d'anticiper sur les

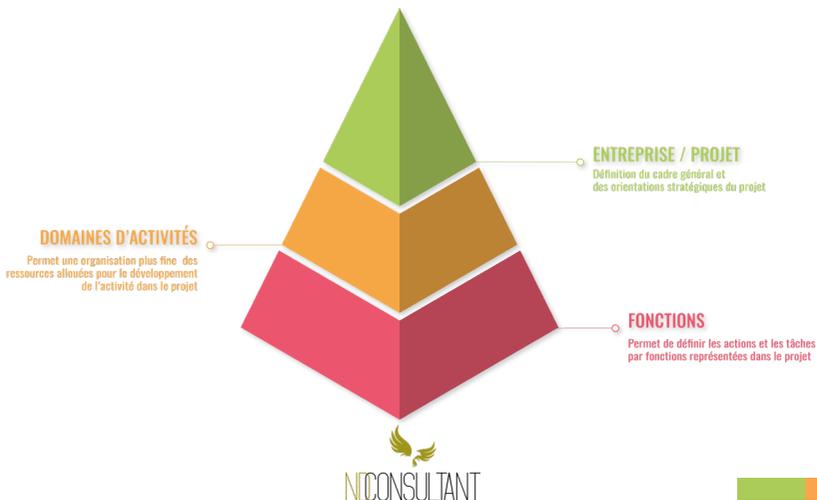
orientations importantes d'un projet, quelle que soit sa nature. Cette discipline permet de déterminer les différentes ressources et leur volume à mobiliser pour réussir. Ces ressources sont de plusieurs natures :

- ❶ Humaines,
- ❷ Matérielles
- ❸ Financières
- ❹ Technologiques
- ❺ Informations / données

## DANS LE CADRE DE L'ENTREPRISE, IL EXISTE AU MOINS TROIS NIVEAUX DE PLANIFICATION STRATÉGIQUE.

Pour être efficace, la planification stratégique doit s'inscrire sur plusieurs niveaux, et sur différents termes temporels.

## 3 NIVEAUX DE PLANIFICATION STRATÉGIQUE



# Together, We Create!

Photo de "My Life Through A Lens" (Unsplash)

## PLANIFIER LES TACHES ET LES ACTIONS POUR DONNER DU SENS AUX COLLABORATEURS ET PARTENAIRES DANS LE PROJET.

Lorsque l'on sait où on va, il est plus simple de donner le meilleur de soi-même à chaque étape. Car le succès d'un projet quel qu'il soit, repose principalement sur la qualité de l'exécution des différentes tâches. Moins les personnes associées sont impliquées et diligentes, plus le risque d'échec est important.

La motivation des équipes passe par leur compréhension et l'adoption des objectifs globaux du projet.

au premier :

«*Qu'êtes-vous en train de faire ?*» Ce dernier lui répond sans entrain qu'il taille une pierre.

Peu satisfait de la réponse, l'homme se rapproche d'un second homme pareillement occupé et lui pose la même question. Cette fois-ci le travailleur prend le temps de lui expliquer qu'il taille une pierre pour construire un mur.

Toujours curieux, l'homme s'approche d'un troisième travailleur avec la même question. Quand notre homme lui demande ce qu'il est en train de faire, le travailleur lui répond avec fierté : «*Je suis en train de construire une cathédrale!*».

**Le message de cette allégorie, applicable à la planification stratégique est le suivant :**

- 1 Le 1<sup>er</sup> travailleur est concentré sur sa tâche et n'y trouve aucune source de satisfaction.
- 2 Le 2<sup>nd</sup> travailleur est plus impliqué dans sa tâche car il intègre que son action s'inscrit dans une action plus importante.
- 3 Le 3<sup>ème</sup> travailleur en revanche, connaît, comprend et adhère à la vision globale du projet auquel il participe. Son implication est totale.



Photo de dhanu3182 "Notre Dame de Paris" (Adobe Stock)

## L'ALLÉGORIE DES TROIS TAILLEURS DE PIERRES

Un homme arrive dans le Paris du XIII<sup>ème</sup> siècle. Intrigué par le travail visiblement pénible que font plusieurs hommes, il se rapproche d'eux et demande

# 7 facteurs clés de la motivation au travail

1  Voir le fruit de notre labeur nous rendrait plus productifs

2  Moins nous avons le sentiment que notre travail est apprécié, plus nous voulons être payés pour notre effort

3  Plus la tâche est complexe, plus nous ressentons de la fierté à la réaliser

4  Savoir que notre travail aide d'autres personnes, augmenterait notre motivation inconsciente

5  La perspective d'aider d'autres personnes nous rend plus susceptible de suivre les règles

6  Les encouragements positifs sur nos compétences sont susceptibles d'améliorer nos performances

7  Les images qui génèrent des émotions positives nous permettraient d'être plus concentrés

# Un itinéraire de voyage

Avoir un plan stratégique pour le développement d'un projet est sans doute l'outil de management le plus important pour le porteur du projet. Cela équivaut à avoir un itinéraire de voyage.

Un plan stratégique ne peut se concevoir sans un objectif clair. Savoir où l'on souhaite aller permet de définir une trajectoire. La planification stratégique en affaires, consiste donc en le fait de :

- ❶ **Prévoir** les grandes étapes du «voyage»
- ❷ **Réunir** ou anticiper les ressources humaines, matérielles et financières nécessaires pour réaliser le projet dans les meilleures conditions
- ❸ **Gérer** les ressources disponibles
- ❹ **Organiser** son temps

*« Une stratégie sans tactique est la plus lente route vers la victoire. Tactique sans stratégie, c'est le bruit avant la défaite. »*

Sun Tzu.



## Chapitre 3

# Les 6 étapes de la planification stratégique

Concevoir avant d'agir	14
Confirmer l'opportunité de développement	15
Déterminer le cadre stratégique	16
Fixer les objectifs stratégiques structurants	17
Définir la feuille de route stratégique	18
Identifier les moyens disponibles et les indicateurs de performance	18
Définir et mettre en oeuvre tactiques et plans d'actions	20



# Concevoir avant d'agir

Il existe plusieurs écoles en ce qui concerne la planification stratégique. Mais quelle que soit l'approche utilisée, la démarche se résume à 6 étapes incontournables:

Les trois premières étapes constituent la phase de conception. C'est la pierre angulaire de tout le programme de développement projet.

- ➊ **Confirmer** l'opportunité de développement d'affaires
- ➋ **Déterminer** le cadre stratégique du projet en formalisant le but (ou la vision) à atteindre.
- ➌ **Fixer** des objectifs stratégiques structurants

Les trois dernières étapes constituent la phase de déploiement. C'est donc le moment de tester les théories et de les confronter à la réalité du terrain.

➍ **Définir** la feuille de route stratégique pour le développement projet

➎ **Identifier** les moyens disponibles et des indicateurs de performance pertinents. Organiser la procédure de suivi du déploiement du plan stratégique

➏ **Mettre en œuvre** les tactiques et plans d'actions pour le développement du projet.

# 1

## Confirmer l'opportunité de développement

Cela passe par une phase d'observation et de collecte d'informations. Il faut s'informer à propos de l'opportunité identifiée. Dans un second temps, il convient de réaliser une étude de marché sérieuse, qui permettra de répondre à ces problématiques :

- ❶ Quelles sont les grandes tendances du contexte ? Quelles sont les modes, les technologies, les comportements généraux des parties prenantes et des bénéficiaires des solutions ? Quelles sont les tendances au niveau de la législation etc...
- ❷ Qui sont les donneurs d'ordres et les usagers (ou consommateurs) dans ce secteur ? Faire la distinction entre ceux qui donnent l'ordre d'agir et ceux qui sont opérationnels. Dans le commerce, il faudra faire la différence entre les acheteurs et les consommateurs par exemple. Identifier et tâcher de bien comprendre leurs motivations pour le choix de telle ou telle solution. Quel est le budget disponible ? Quelles sont les attentes,

contraintes, etc ...

- ❸ Quelles sont les solutions alternatives disponibles ? Ces alternatives sont-elles vraiment adaptées à notre besoin ? Quelles sont les caractéristiques ? Quelle sont les disponibilités? ...
- ❹ Identifier les données sectorielles du secteur d'activité. Que dit la loi ? Quels facteurs économiques, sociaux, technologiques, écologiques et légaux influencent le secteur ?
- ❺ Qui sont les fournisseurs du secteur d'activité ? Quel est leur pouvoir de négociation ? Quelles alternatives pour se réapprovisionner par rapport à leur solution ... ?
- ❻ Identifier quelles sont les forces et faiblesses réelles dont on dispose pour agir sur l'opportunité visée.
- ❼ La conclusion de l'étude de marché est une analyse SWOT, qui résume les forces, faiblesses, opportunités et menaces du projet, face à l'opportunité cible.

## 2 Déterminer le cadre stratégique du projet en formalisant le but à atteindre.

S'il fallait prendre une image pour symboliser la stratégie dans l'entreprise, ce serait celle du train.

Sans être ingénieur, on comprend bien que les fonctions de tractions sont localisées dans la locomotive, et non dans les wagons. Mais sans les wagons, la locomotive n'est que force brute.

C'est l'association de la force de traction et de la capacité de transport qui rend l'association locomotive / wagon pertinente. C'est la même chose pour la stratégie d'une entreprise ou d'un projet de développement.

La vision fait office de locomotive. C'est elle qui donne du sens et qui permet d'actionner les différentes ressources disponibles.

Cependant, comme l'a si bien exprimé la marque Pirelli, « *Sans maîtrise, la puissance n'est rien* ».

Avoir une vision forte et des ressources non organisées, ne mènent à rien de concret. La vision seule ne suffit pas à transformer une opportunité.

La vision est souvent proche du rêve. Ce n'est pas gênant

à ce stade de la construction du cadre stratégique d'un projet cependant.

Ce qui va faire la différence entre une utopie et une réelle vision d'affaires, c'est le potentiel de gain financier durable lié à cette vision. La vision doit donc être concrète, réalisable, motivante pour toutes les personnes impliquées dans le projet, et surtout elle doit être définie dans le temps.

Réaliser une vision implique la réalisation de plusieurs choses, avant de pouvoir prétendre que l'on a atteint le but fixé.

Ces différentes choses à réaliser, sont ensuite à regrouper par cohérences, afin de ne rien oublier ni négliger d'important. La thématique dominante de chaque groupe ainsi constitué, devient un objectif à part entière.

*Exemple : [Nouvelle Vision de The Coca Cola Company](#) « [Un monde sans déchet](#) »*

Dans l'exemple ci-dessus de Coca Cola par exemple, toutes les actions et les décisions des responsables de l'entreprise, vont être prises selon cette approche responsable et écologique. Le choix du positionnement stratégique va impacter les procédures de production, d'approvisionnement et de distribution, la relation client, la gestion des déchets, la communication etc...

# 3

## Fixer des objectifs stratégiques structurants pour le projet

Identifier ce qui, en toute objectivité, autorisera à dire demain que le But a été atteint. Pour cela, chaque élément se doit d'être mesurable selon des critères objectifs. Dans le cadre d'un projet de développement d'affaires, il peut s'agir de ❶ volume de ventes, de ❷ chiffre d'affaires, de ❸ taille de portefeuille, de ❹ nombre de contrat remportés, de ❺ nombre de collaborateurs performants etc...

Pour s'assurer un suivi complet et optimum, il est recommandé de choisir trois à cinq objectifs.

Dans l'exemple ci-dessus, les objectifs ❶ et ❷ peuvent être regroupés pour former un groupe unique, l'objectif « *Performance commerciale* ». Les objectifs ❸ et ❹ peuvent former l'objectif « *Développement du portefeuille* ».

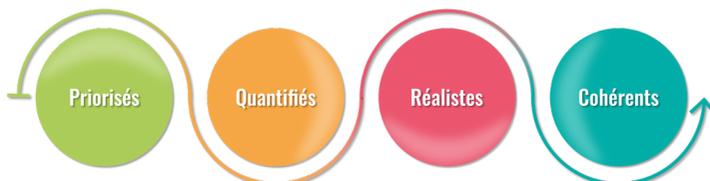
Lorsque les objectifs sont arrêtés sur le principe, on s'attache à les rendre « *digeste* » ou S.M.A.R.T. C'est en termes simples, une manière dites en « *bon père de famille* » ou selon le bon sens, de rendre les objectifs compréhensibles par tous et atteignables.

Si les objectifs sont trop ambitieux et mal cadrés, on s'épuise à courir derrière des chimères, avec le risque fort d'abandonner si l'on est seul, ou de démotiver les équipes. C'est souvent par ce biais que les managers se retrouvent à devoir gérer de la démotivation, des conflits divers, de l'absentéisme, de la sous-performance etc...

On peut organiser les objectifs structurants par ordre de priorité ou en fonction de l'ordre logique de leur mise en œuvre.

Dans notre cas, il faut d'abord ❶ **DÉVELOPPER LE PORTEFEUILLE**, pour avoir de la ❷ **PERFORMANCE COMMERCIALE**.

Il est très important que les objectifs structurants soient complémentaires. Car cela demande beaucoup d'énergie mal utilisée, d'avancer sur des sujets non convergents.



SMART (intelligent en anglais) est un moyen mnémotechnique pour retenir les caractéristiques d'un objectif ou d'un indicateur pour le rendre acceptable pour les équipes managées : S (spécifique) M (mesurable) A (Atteignable) R (réaliste) T (temporellement défini)

# 4

## Définir la feuille de route stratégique pour le projet de développement

Lorsque les objectifs stratégiques structurants sont fixés et satisfaisants, c'est le temps de la **réflexion** et de la **préparation**, avant de passer à l'**action**.

L'analyse précise de chaque objectif stratégique structurant, permet d'identifier de quoi il est composé.

En tant que responsable d'un projet de développement, un bon moyen d'impliquer les collaborateurs est d'organiser des séances de brainstorming. Car c'est à la fois une approche stimulante pour la **créativité**, et un formidable moyen d'**impliquer** tous les membres de l'équipe dans le projet.

Lorsque l'on travail seul, le brainstorm respect les même règles qu'une réflexion en groupe : on prend un papier, un crayon, et on note tout ce qui nous passe par la tête. La simplicité est de loin le meilleur chemin pour voir émerger des idées innovantes.

Ensuite, s'il y a des choses qui ont été proposées plusieurs fois, on élimine simplement les doublons. Il faut regrouper les propositions cohérentes entre elles pour former des sous-groupes thématiques. Ce sont ces

sous-groupes qui serviront de base pour élaborer les différentes **stratégies opérationnelles**.

Le fait de décomposer ainsi l'objectif stratégique structurant le rend plus « digeste » et concret. En devenant plus accessible, il est plus facile de communiquer avec les équipes. C'est également le moment de définir les rôles et responsabilités des personnes concernées par le projet, avec plus de précision et d'efficacité.

Grâce à ce travail, on perçoit mieux sur quoi les **énergies** et les **ressources** doivent être mobilisées, avec qui et comment on doit travailler.

L'approche de la gestion de votre entreprise par les objectifs (**GPO**) est une manière très rigoureuse de gérer le temps, les ressources et les **performances**.

# 5

## Identifier tous les moyens disponibles et les indicateurs de performance.

Organiser la procédure de suivi du déploiement du plan stratégique est probablement la partie la plus difficile

GPO : Gestion par Objectif (ou MBO – Management by objectives)

Photo de Rawpixel (Unsplash)

5\$  
84% conversion rate  
costs : \$42,000  
= 7,84\$ / buyer  
49%

Audience Size 1000  
Response Rate → 10%  
(expect, how?)  
conversion rate → 53%  
average buyer purchase → \$16,000

de la planification stratégique. Et c'est sans doute pour cette raison que la majorité des créateurs d'entreprises ou des jeunes développeurs d'affaires échouent dans leur projets.

Il sa-'agit sans conteste, de la partie la plus fastidieuse dans la planification stratégique car, c'est à ce moment-là que l'on détermine la faisabilité réelle d'un projet.

Pour donner une image, c'est le moment où l'alpiniste vérifie tout son matériel, puis son état physique, puis la météo, avant de démarrer son ascension.

Il faut absolument tout passer en revue :

- ❶ Les ressources internes (matérielles, financières, connaissances, compétences, brevets, inventions, savoir-faire, local)
- ❷ Les ressources externes (matérielles, financières, ressources humaines connues, technologiques, etc...)
- ❸ Les ressources nécessaires mais non disponibles (leur accessibilité, leur rareté, leur prix, etc...)
- ❹ Les contraintes internes (matérielles, temporelles, physiques, familiales etc...)
- ❺ Les contraintes externes (matérielles, légales, environnementales, sociales, familiales, technologiques etc...)

Il faut **tout recenser** et savoir à quel moment, et sous quelles conditions ces ressources seront nécessaires.

Ensuite on détermine des **indicateurs spécifiques**, qui permettront de suivre la bonne utilisation de toutes les ressources. Le meilleur outil pour faire cela c'est le tableau de bord.

Il en existe de plusieurs types, avec des technologies et des présentations diverses. Mais le principe à retenir est que cet outil regroupe en un seul endroit, tous les objectifs et indicateurs de performance. Cela permet de savoir en seul coup d'œil, quels sont les paramètres à surveiller ou à rectifier si besoin.

## Le principe

Chaque objectif structurant va mobiliser un certain nombre de ressources. Et chaque ressource représente une valeur. C'est la somme des ressources qui permet de fabriquer la valeur finale de la solution ou du livrable.

C'est pour cette raison que savoir quelle est la finalité (ou le rôle que doit jouer) chaque ressource mobilisée est important. Cela permet d'en optimiser le rendement.

# 6

## Définir et mettre en œuvre tactiques et plans d'actions.

C'est le moment de passer à l'action. Toutes les informations fondamentales sont disponibles. Une équipe et des ressources sont mobilisées.

**Faire preuve d'agilité et mobiliser le bon niveau d'énergie sont des piliers pour transformer une opportunité.**

« *Aucun plan de bataille ne survit au contact de l'ennemi* » (Helmuth Karl Bernhard).

On doit tenir compte de l'environnement effectif dans lequel le projet est mené, car il y a des paramètres. Il faut intégrer des paramètres aussi aléatoires que la météo, l'actualité, la circulation etc... dont il faut anticiper un minimum les impacts.

Les personnes et entreprises qui seront associées au plan, doivent également être managées. C'est la prérogative et la responsabilité du responsable du projet de développement. C'est ce même responsable qui est la source et le moteur de la motivation de toutes les ressources humaines du projet.

Les ressources identifiées à un moment donné, ne

sont sans doute plus disponibles au moment où le projet va effectivement démarrer. La technologie peut avoir évolué. Le principe même de l'adaptabilité devient un des facteurs clés de succès d'un projet de développement, malgré la planification.

Le responsable de projet agile sait s'adapter et trouver des solutions de substitution au moins équivalentes à celles énoncées dans le plan initial. Et plus le plan est précis, plus aisée est l'exercice de devoir s'ajuster en cours de route.

Malgré les aléas dans la mise en œuvre du plan, chacune des actions doit toujours s'inscrire dans un cadre précis, afin de rester pertinente pour le projet.

Par exemple, suivre le calendrier et l'adapter aux «**contraintes réelles**» externes. Le mot "réelles" est important ici car toutes les contraintes ne sont pas réelles...Ce serait trop simple sinon ! Beaucoup de contraintes s'avèrent être le fait des circonstances, des résistances individuelles etc... La communication transparente vient généralement à bout de ces "fausses barbes" assez facilement.

Et puis bien entendu, il y a le **budget**. Un projet bien planifier demande aussi un suivi financier tout aussi précis. La rentabilité globale du projet fait partie des indicateurs de performance clés à surveiller.

# Les 6 étapes de la planification stratégique

1



Confirmer l'opportunité de développement

2



Déterminer le cadre stratégique du projet en formalisant le but

3



Fixer des objectifs stratégiques structurants pour le projet

4



Définir la feuille de route stratégique pour le développement du projet

5



Identifier tous les moyens disponibles et les indicateurs de performance

6



Définir et mettre en œuvres tactiques et plans d'actions

Phase de Conception

Phase de déploiement

Site Internet: <http://www.nd-consultant-group.com>



*Chapitre 4*

# Focus business development



Pérenniser une affaire	<b>23</b>
6 avantages de la planification en entreprise	<b>24</b>
7 facteurs clés du succès en entreprise	<b>25</b>
9 défis des entreprises du 21 <sup>ème</sup> siècle	<b>27</b>
À propos de ND Consultant	<b>30</b>

# Pérenniser une affaire

Pour réussir à durer dans le temps, un entrepreneur doit mobiliser des énergies sur au moins 5 thématiques au sein de son entreprise :

- ❶ Elaboration d'une **offre produit ou service** toujours adaptée aux besoins du marché cible
- ❷ Connaissance et compréhension réelle du **marché** (acteurs, institutions, cadre légal, consommateurs etc...)
- ❸ Stratégie **marketing et communication** qui permet de faire exister l'offre sur son marché
- ❹ Stratégie **commerciale et de distribution** de l'offre ou du service
- ❺ **Administration, organisation** et gestion des ressources de l'entreprise (financières, matérielles, ressources humaines, légal, fiscal etc...)

Pour cela, les entrepreneurs peuvent s'associer, recruter du personnel ou collaborer avec des partenaires entrepreneurs. Peu importe le choix, entreprendre seul est une erreur à termes. Car faut-il le rappeler, 9 entreprises sur 10 échouent à cause de la solitude du dirigeant et le manque de certaines compétences.

# 6 avantages de la planification en entreprise

1

Prévoir l'avenir de l'entreprise sur 3 à 5 années

2

Définir des objectifs à long terme

3

Évaluer la situation actuelle, les forces, faiblesses, opportunités et menaces

4

Concevoir des stratégies et des tactiques visant à régler les problématiques du marché

5

Fixer des échéances et attribuer rôles et responsabilités aux parties prenantes

6

Réduire les risques inhérents aux affaires en s'appuyant sur de meilleures décisions et en exploitant le potentiel de l'entreprise

Source : <https://www.bdc.ca> - Business Bank Development of Canada



# 7 facteurs clés du succès de l'entreprise

Il y a des éléments fondamentaux pour faire fonctionner durablement une entreprise.

Au-delà du plan stratégique, il y a les conditions de la mise en œuvre de ce plan. Voici 7 sujets à observer tout au long de la vie de l'entreprise :

❶ **La Stratégie** : Le plan conçu pour construire et assurer un avantage concurrentiel

❷ **Le Cadre Structurel**: L'organisation légale de l'entreprise et l'organigramme fonctionnel

❸ **Le Modèle Opérationnel** : Les procédures que les collaborateurs et les intervenants utilisent pour fonctionner au quotidien.

❹ **Les Valeurs Partagées** : Ou « *Objectifs Structurants* » lorsque le plan a été conçu avant le démarrage des activités. Ces éléments sont déclinés entre autres, en valeurs fondamentales puis en culture d'entreprise et valeurs éthiques de travail.

❺ **Modèle de Gestion** : le modèle managérial adopté par les dirigeants de

l'entreprise

❻ **Personnel** : Les employés et leurs capacités en général

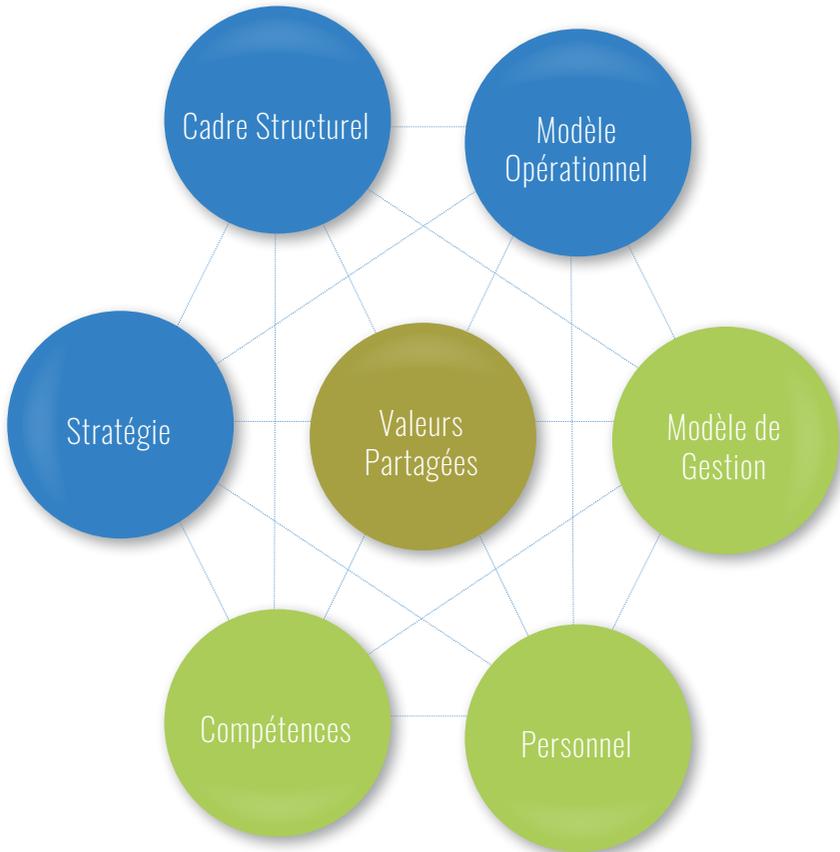
❼ **Compétences** : les savoir-faire et compétences effectifs du personnel travaillant dans l'entreprise.

Notez que les Valeurs Partagées sont au centre du modèle. C'est le point de convergence.

Les sujets **Stratégie**, **Cadre Structurel** et **Modèle Opérationnel** sont dits « *Fondamentaux* ». Les dirigeants les maîtrisent parfaitement et savent intervenir dessus pour les amendés si besoin.

Les sujets **Valeurs Partagées**, **Modèle de Gestion**, **Personnel** et **Compétences**, eux sont dits « *Souples* ». Ils sont tout aussi importants. Mais leur mise en œuvre peut être sujette à interprétation selon les influences environnementales et culturelles de l'entreprise.

# La Matrice 7s de McKinsey



Source : [https://www.mindtools.com/pages/article/newSTR\\_91.htm](https://www.mindtools.com/pages/article/newSTR_91.htm)



## 9 DÉFIS POUR LES ENTREPRISES DU 21<sup>ÈME</sup> SIÈCLE

Il existe de nombreux challenges pour les entreprises et les entrepreneurs du 21<sup>ème</sup> siècle. Il peut y avoir des challenges locaux, spécifiques, ou bien des causes liées à l'environnement macro ou micro-économique.

Dans tous les cas cependant, les 9 défis mentionnés ci-dessous sont pratiquement universels, et méritent que chaque chef d'entreprise y prête une attention particulière.

### 1 Le leadership :

Une approche inclusive de la gestion de l'entreprise, qui tient compte de la globalisation, des nouvelles technologies, des nouveaux modes de vie, de l'éthique, de la responsabilité sociale et sociétale, de l'écologie etc...

### 2 La Marque :

Image publique de la marque, sa réputation et l'influence des consommateurs sur son

développement. Les entreprises sont invitées à travers leur marque, à véhiculer des valeurs particulières, selon leur cible, leur marché, leur promesse.

### 3 La Satisfaction client :

Les consommateurs sont globaux, connectés et informés. Leur expérience de l'offre produit/service est une priorité pour les entreprises pérennes. Ils ont accès à, et sont en perpétuelle demande d'information sur les produits et les entreprises.

### 4 La Technologie :

Les infrastructures de communication sont globales et interdépendantes. Les progrès de la science et surtout l'accessibilité à l'information et au monde, que procurent les nouvelles technologies, rendent la course à l'innovation omniprésente.

### 5 La Sécurité :

À la fois physique et digitale, la sécurité est une question préoccupante à la fois au niveau



économique et géopolitique. Les entreprises, même locales sont impactées par toutes formes d'instabilités sécuritaires (politique, économique, digitale, sanitaire etc...).

### 6 La Gestion des informations (Big Data) :

Élément différenciant de tous temps. Les entreprises qui savent le mieux collecter et gérer les informations marchés et les données de leur entreprise, disposent d'un avantage concurrentiel important.

### 7 Les Ressources Humaines:

Avoir une politique de gestion des ressources humaines inclusive, permet, entre autre, d'avoir une meilleure lecture des marchés désormais globaux.

### 8 L'Organisation administrative, légale et financière :

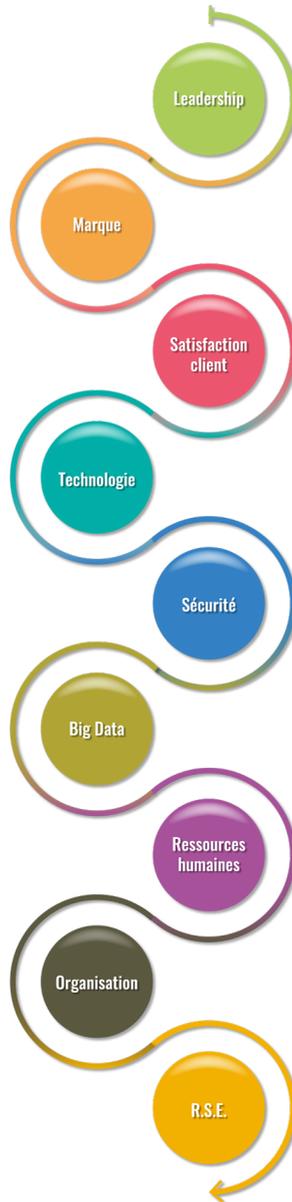
Des entreprises globales nécessitent une organisation capable de s'adapter au droit fiscal, commercial et social de toutes les

zones d'implantations.

### 9 La Responsabilité Sociale et Sociétale des entreprises (RSE) :

Elle s'applique bien au-delà de la simple question écologique. Dans un monde global et connecté, l'image de marque des entreprises est importante et fragile. Chaque entreprise doit désormais faire la preuve de ses valeurs et comportements éthiques. Elles doivent prouver leur implication responsable dans le bien-être de la communauté. Tous les services de toutes les entreprises, peu importe leur taille, sont concernés.

# 9 défis des entreprises du 21<sup>ème</sup> siècle



## CONSEIL | ACCOMPAGNEMENT | FORMATION

ND Consultant propose des solutions de formation, conseil et accompagnement, collectives ou sur mesure, pour aider ses clients à définir et mettre en œuvre le plan de développement stratégique de leurs projets à caractère économique.

*Ensemble, transformons vos opportunités.*

### CONSEIL



Découvrir, investiguer puis analyser les dispositifs humains, matériels et financiers des organisations, les procédures et autres moyens mis en œuvre pour produire.

### ACCOMPAGNEMENT



Face aux changements à opérer au sein des organisations nous accompagnons les professionnels, grâce à notre savoir-faire, et à notre vivier international de compétences.

### FORMATION



Des formations conçues pour proposer des outils et des solutions pratiques et pragmatiques aux participants, pour la concrétisation de leurs idées et de leurs projets sur le terrain.





Siège en France : 8 rue Allard, 94160 Saint Mandé (France) | Siret: 791 478 910 00023 | Organisme de formation enregistré sous le numéro 11940948094.

Filiale au Bénin : Lot 304 P, rue 11.034, Gbégamey, Cotonou (Bénin) | RCCM RB/COT/21 B 28597 | IFU 3202112298729

Téléphone : +33 6 80 26 06 67 / +229 91 40 04 04

Email: [contact@nd-consultant-group.com](mailto:contact@nd-consultant-group.com)

Site Internet: <http://www.nd-consultant-group.com>



LinkedIn : <http://www.linkedin.com> rubrique Company, ND Consultant

Facebook : <http://www.facebook.com/NdConsultantGro>

Twitter : <https://twitter.com/NdConsultantGro>