

PILOTAGE STRATEGIQUE ET ORGANISATIONNEL

Analyse, Moyens, Mise en œuvre

- Programme de formation -

OBJECTIFS

A l'issue de la formation, le participant devra être capable :

- d'analyser de manière systémique son organisation
- d'élaborer une stratégie de développement pertinente
- de maîtriser les outils de sa mise en œuvre.

A QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

Cette formation s'appuie notamment sur la Théorie des Organisations de Berne (T.O.B.) pour l'appliquer au monde de l'entreprise : elle intéresse donc particulièrement les chefs d'entreprise de PME et ETI, mais aussi les Conseils d'entreprise.

PRE-REQUIS

Intervenir dans les décisions stratégiques d'une entreprise d'au moins 10 salariés.

DUREE

2 jours. La 2^{ème} journée est consacrée à un travail personnel d'analyse de son organisation, appuyé et guidé par le coach-formateur.

MODALITES D'EVALUATION

Evaluation à chaud à l'issue de la formation (questionnaire).

Une évaluation « à froid » peut être organisée sur demande dans les semaines qui suivent la formation.

MOYENS PEDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

La formation sera adaptée aux besoins définis par l'entreprise et aux objectifs fixés par ses dirigeants. Elle sera affinée en début de session pour répondre plus précisément aux attentes des participants.

Le formateur met à la disposition des participants son expérience d'avocat, de DRH et de coach, ainsi que sa maîtrise des outils de coaching et de pilotage stratégique et organisationnel des entreprises : Théorie des Organisations de Berne, mais aussi Business Model New Generation (A.Osterwalder) ou Stratégie Océan Bleu (R.Mauborgne et W.Chan Kim).

Les supports utilisés pendant la formation sont communiqués aux participants à l'issue de la session.

La formation est animée dans un esprit collaboratif : elle fait appel aux expériences vécues par les participants et intègre des échanges, des jeux de rôle et des mises en situation.

CONTENU PEDAGOGIQUE

1^{ère} partie : L'analyse systémique selon la Théorie des Organisations

- A. L'activité du groupe
 - a. Le travail de production
 - b. Les processus relationnels
 - c. Les énergies déployées
- B. La structure
 - a. La structure publique
 - b. La structure privée
- C. Le canon
 - a. Les règles explicites
 - b. Les règles implicites
- D. Le leadership
 - a. Fonctions et position
 - b. L'appareil
 - c. La vision

2^{ème} partie : La mise en œuvre d'une stratégie gagnante

- A. Les relations avec l'environnement
 - a. La communication
 - b. Le Business Model
- B. La mobilisation en interne
 - a. La formalisation des valeurs
 - b. Un leadership porteur de sens



Janvier 2018

contact@serge-roy.fr
www.serge-roy.fr

SIRET : 328 009 790 00143 - N° TVA intracommunautaire : FR78328009790 - N° Agrément Formateur 75240183724