

## Plan de Formation

FC00103 – FI00103

<b>Connaissances préalables</b>	<p>Le stagiaire n'a pas besoin de connaissances préalables particulières pour suivre cette formation. Il est cependant préférable de posséder une expérience professionnelle en tant que manager. Une connaissance de l'anglais lu est recommandée car de nombreux termes proviennent de l'anglais, en commençant par le titre Blue Ocean Strategy.</p>
<b>Public concerné</b>	<p>Toute personne amenée à définir une stratégie innovante pour son organisation.</p> <p>Public concerné : Cadre dirigeant, chef de département, Directeur de la stratégie.</p>
<b>Objectifs</b>	<p>Blue Ocean Strategy (BOS) est un cadre puissant et un ensemble d'outils destinés à encourager l'innovation stratégique du dirigeant à poursuivre une création de valeur significative - en évitant l' « Océan Rouge » des entreprises qui se comparent les unes aux autres pour réaliser une innovation supplémentaire. BOS modifie l'état d'esprit traditionnel en déplaçant les gestionnaires de la concurrence et des contraintes imposées par la structure de l'industrie vers le client et en développant une proposition de valeur convaincante qui augmente la valeur acheteur tout en réduisant considérablement la structure de coûts de l'entreprise.</p> <p>Les objectifs de cette formation sont de comprendre :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Le concept de « Blue Ocean Strategy ».</li> <li>– Les outils qui supportent le concept.</li> <li>– Comment définir une stratégie innovante.</li> </ul> <p>À la fin de ce module, chaque participant maîtrisera parfaitement les concepts clés nécessaires pour :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Utiliser tous les outils du cadre « Blue Ocean Strategy ».</li> <li>– Définir une stratégie innovante pour son organisation.</li> </ul>
<b>Programme</b>	<p>Le programme de formation est divisé en 4 parties :</p> <p><b><u>PARTIE 1 : CONCEPT DE BLUE OCEAN</u></b></p> <p>L'objectif de la première partie est de définir le concept de « Blue Ocean Strategy » :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Quelle est la différence entre « Blue Ocean » et « Red Ocean » ?</li> <li>– Quelle est la différence entre une stratégie « Blue Ocean » et une stratégie classique de business ?</li> </ul> <p><b><u>PARTIE 2 : CADRE DE LA BLUE OCEAN STRATEGY</u></b></p> <p>L'objectif est d'aider les dirigeants à comprendre le cadre d'une stratégie BOS au travers de différentes études de cas.</p>

	<p><b><u>PARTIE 3 : REVUE DES OUTILS (1/2)</u></b></p> <p>L'objectif est de passer en revue les principaux outils utilisés dans une définition de stratégie BOS :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Le Canevas de la stratégie comme moyen de représenter visuellement le positionnement actuel d'une entreprise, d'un produit ou d'un service.</li> <li>– Le cycle d'expérience d'acheteur / Carte d'utilisation des acheteurs (Buyer Experience Cycle/Buyer Utility Map BEC / BUM) pour comprendre l'expérience de bout en bout du client avec un produit / service et où se trouvent le plus de « points douloureux ».</li> <li>– Les 6-Chemins qui inspirent à explorer et à trouver un nouvel espace de marché pour passer de l'océan rouge «état tel quel» à l'océan bleu «état à être».</li> </ul> <p><b><u>PARTIE 4 : REVUE DES OUTILS (2/2)</u></b></p> <p>L'objectif est de passer en revue les principaux outils utilisés dans une définition de stratégie BOS :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– La carte Pioneer-Migrator-Settler (PMS) pour visualiser la composition du portefeuille d'une entreprise.</li> <li>– La grille « Eliminate-Reduce-Raise-Create » qui permet de créer ou de supprimer des éléments que l'industrie considère comme la norme.</li> </ul> <p>Chaque description d'outil (« As-Is value curve », « 3 Tiers of Non-Customers », « BEC/BUM », « Six Paths », et « E-R-R-C grid ») est accompagnée d'exemples.</p>
<p><b>Moyens pédagogiques</b></p>	<p>La thématique du cours se prête naturellement à un échange actif entre les participants. La méthode de formation repose sur une participation active s'appuyant sur des exercices à réaliser en groupe ou individuellement, ainsi que des présentations à l'ensemble du groupe.</p> <p>Les formateurs possèdent des compétences issues de leurs expériences professionnelles et académiques.</p> <p>La qualité de l'enseignement sera assurée par des formateurs diplômés soit d'un Doctorat (PhD) soit d'un Master en Business (MBA).</p> <p>L'ensemble du contenu de la formation sera distribué aux stagiaires sur un support électronique.</p> <p>Lorsque la formation se déroule sur le site du client (référence FC), le client garantira la mise à disposition des personnes et du matériel nécessaire au bon déroulement de la formation (une liste du matériel lui sera communiquée avant la formation).</p> <p>Ces formations sont délivrées à la demande soit en langue Française soit en langue Anglaise.</p>
<p><b>Evaluation de la formation</b></p>	<p>L'évaluation de la formation sera effectuée via :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Entretien informel en fin de stage.</li> <li>– Contrôle des connaissances par échange de questions/réponses tout au long du stage.</li> <li>– Fiche d'appréciation remplies par le stagiaire en fin de formation.</li> <li>– Feuille de présence.</li> </ul>
<p><b>Durée et lieu</b></p>	<p>2 jours – 14 heures – Dispensée sur le site du client – 25 participants maximum</p> <p>La formation se déroulera sur 2 jours totalisant 14 heures. Elle sera dispensée soit sur le site du client (référence FC) soit sur un site défini par l'institut INREGU (référence FI). Le groupe sera de 25 participants maximum.</p>