

“Encouragez les membres de vos équipes à appliquer des concepts ‘business’ qui aident à mettre votre stratégie en action - rapidement.”

Le succès est une cible mouvante. Comment rallier tous vos collaborateurs à votre stratégie sur un marché en perpétuelle évolution? Dans la simulation d'entreprise Celemi Enterprise™, six sociétés sont en compétition pour séduire les mêmes clients sur un marché dynamique. Les participants occupent les postes de l'équipe de direction, y compris le marketing et les ventes, le développement des produits et les prestations de services, la planification et la livraison, les finances et le contrôle de gestion. Le défi principal est de bâtir puis d'exécuter avec succès une stratégie menant à des résultats gagnants.

Les équipes embarquent pour une aventure dans le domaine des affaires où elles trouveront risques et récompenses. Pour réussir, les participants doivent être vigilants et penser de manière stratégique.

Celemi Enterprise met les participants à l'épreuve. Ils font face aux incertitudes et doivent trouver l'équilibre entre les résultats à court-terme et la valeur à long-terme. Les équipes doivent :

- Décider du positionnement souhaitée sur le marché.
- Définir et vendre aux clients cibles.
- Satisfaire aux exigences des clients en développant un portefeuille de produits attractif et rentable.
- Fournir des produits et services atteignant l'excellence en utilisant au mieux le potentiel de chaque collaborateur et les méthodes de travail.
- Créer une valeur de la marque forte et durable.
- Suivre attentivement les résultats financiers, à court et à long terme.

Conserver son avance dans un monde en perpétuelle évolution



Le facilitateur certifié utilise un logiciel pour réaliser une analyse annuelle détaillée et une comparaison des performances des équipes au travers de facteurs objectifs. Ceci provoque des discussions animées et permet aux participants de faire tout naturellement le lien avec leur propre contexte professionnel.

A la fin de la simulation, un temps spécifique est pris pour demander aux participants de tirer leurs conclusions pour leur zone de responsabilité. Cette étape garantie que les acquis sont durables et utiles.

Paroles de clients

“Celemi Enterprise clarifie et renforce notre message sur les priorités stratégiques. Le contexte de la simulation a engagé totalement les participants et a fait naître de nombreux discussions intéressantes.”

– Président et directeur général, BE Group

“Pour gagner dans un marché en perpétuelle évolution, vous avez besoin de ressources et de flexibilité pour convertir rapidement votre stratégie en action. Nous avons utilisé la simulation Enterprise pour augmenter les compétences de notre équipe dans ce domaine.”

Directeur marketing, Actavis

Personnes concernées

- Les cadres intermédiaires ou supérieurs des grandes entreprises ayant une offre de produits et de services peuvent utiliser la simulation pour traduire rapidement la stratégie en actions.
- Les collaborateurs acquièrent une compréhension commune de la situation globale, de même que de la manière avec laquelle ils peuvent contribuer, à titre individuel, à la compétitivité de l'entreprise.
- Les dirigeants responsables de la formation peuvent se servir de la simulation pour réaliser un enseignement pratique et interactif, ainsi que pour communiquer sur la stratégie d'entreprise.

Résultats clés

- Transmettre aux participants un cadre de référence commun de la situation générale de l'activité qu'ils assimilent et comprennent ce cadre rapidement.
- Offrir un modèle mental sur la façon dont la société fonctionne, sur ses priorités et sur comment elle peut aller de l'avant.
- Encourager les collaborateurs à explorer et à découvrir les générateurs de valeur clé de l'entreprise ainsi que leur impact relatif sur l'organisation.
- Aider les participants à identifier le potentiel d'amélioration et la manière dont ils peuvent contribuer à la stratégie via leur propre rôle dans l'organisation.
- Développer chez les collaborateurs le désir d'avoir une influence sur le cours des choses.

Concepts clés

Attirer les bons clients

- Les besoins, valeurs et préférences des clients
- La segmentation des clients

Utiliser les ressources d'une manière sage et raisonnable

- Les actifs tangibles et intangibles
- La gestion du savoir
- Le bénéfice pour les actionnaires
- Les indicateurs financiers, les bonnes et mauvaises dépenses

Établir des priorités sur la base d'une information correcte

- Le cycle de vie des produits
- Les prévisions glissantes
- Le tableau de bord «équilibré» (balanced scorecard)
- Le taux d'occupation des ressources
- L'analyse comparative (Benchmarking)

Restez compétitif dans un marché en perpétuel changement

- Les propositions différenciées
- La politique de prix et le portefeuille de produits
- Le positionnement et la stratégie de marque
- L'efficacité opérationnelle
- “Les océans rouges et bleus” (métaphore décrivant l'univers du marché)
- La bonne connaissance du marché



Informations pratiques

Matériel

Plateau et accessoires de simulation d'entreprise.

Nombre de participants

De quatre à six équipes en compétition : 12 à 30 participants au total. Des séminaires multiples peuvent être organisés simultanément.

Participants

Cadres supérieures, cadres moyens, entrepreneurs et autres ayant des responsabilités dans les domaines du marketing, des ventes et des finances.

Temps nécessaire

1 jour et demi à deux jours.

Facilitateur

Les facilitateurs sont des personnes certifiées par Celemi.

Langues

Nous traduisons nos produits continuellement, pour une liste actualisée veuillez consulter notre site www.celemi.com.