

STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS

MIEUX GÉRER L'ENTREPRISE AVEC LA SEGMENTATION STRATÉGIQUE

OBJECTIFS

Répertorier et définir les segmentations stratégiques et les segmentations marketing

Mener des analyses grâce à des outils spécifiques

Présenter et gérer des domaines d'activités stratégiques (DAS)

PROGRAMME

Analyse de l'environnement de l'entreprise

Environnement macro et micro de l'entreprise
Différents outils d'analyse : analyse SWOT, l'analyse PESTEL, étude de marché
Importance de l'analyse de l'environnement dans le choix de stratégies de développement des activités

Segmentations stratégiques

Types de segmentation : marketing et stratégique
Critères de segmentation stratégique
Délimitation des domaines d'activités stratégiques (DAS) par la segmentation stratégique

Domaines d'activités stratégiques (DAS)

Définition des DAS
Analyse des risques inhérents au découpage en DAS
Reconnaissance et fonctionnement des DAS d'une entreprise

Stratégies de développement d'une entreprise

Matrice Ansoff
Développement de son entreprise : stratégies existantes (coûts, innovation et différenciation)
Stratégies marketing

OUVERTURES DANS NOS CAMPUS

Contactez nos campus pour en savoir plus.

MODULE

Durée : 2 jours

sur 2 mois

Code WEB : MGMT13

Public

Managers de proximité, managers hiérarchiques ou fonctionnels de tous secteurs d'activité

Prérequis

- Aucun prérequis exigé

Modalités d'admission

- Admission sur dossier d'inscription. Un échange sur les objectifs individuels est prévu.
- La décision d'admission est communiquée au candidat sous un mois par CESI.

Rythme de formation

La formation alterne des séquences en présentiel d'une journée et des séquences en classe virtuelle à distance d'une ou plusieurs heures.

Frais de scolarité

1 000 euros

1 200 euros TTC

Tarif applicable pour toute inscription réalisée en 2026.

Certification

OPEN BADGE CESI : validation numérique de compétences et de connaissances

