

Sommaire

Les auteurs	IX
Remerciements	XIII
Introduction	XV
Préface.....	XVII
Structure du carnet	XIX
1. Quels sont mes incontournables ?	1
2. <i>Mon business</i> : le connaître et le développer	5
3. Comment mieux appréhender les besoins de nos clients ? Comment percevoir leurs évolutions et même les anticiper ?	11
4. Mes clients majeurs	19
5. Nos concurrents : sont-ils suffisamment connus ?	23
6. Nos marchés	27

7. Avons-nous une réflexion marketing ?	31
8. Quelles pistes pour la croissance organique dans le futur ?	35
9. Ciblage actuel	39
10. Marketing, prospection, lead génération	41
11. Réseaux de distribution	45
12. Le commerce pourrait-il faire plus ?	49
13. Sur quels domaines cherchons-nous à innover ?	53
14. Notre gestion interne serait-elle perfectible ?	55
15. Devrions-nous investir plus et/ou différemment dans l'humain ?	61
16. Comment pourrions-nous mieux capitaliser sur nos expertises ?	65
17. Quelle organisation ?	71
18. Maîtrisons-nous vraiment nos finances ?	75
19. La trésorerie est-elle sous contrôle quotidien ?	79
20. Et les actionnaires ?	81
21. SWOT – Quelles sont nos véritables forces ? Et nos opportunités ?	85
22. SWOT (suite) – Quelles sont nos faiblesses ? Les risques ?	87
23. Sommes-nous suffisamment attentifs à l'innovation ?	91

24. *Considérons les options génériques de différenciation* 93

25. *Et les indicateurs ?* 97

26. *Comment progresser vite ou plus vite encore ?* 101

27. *Mes piliers stratégiques ?* 105

28. *Mes urgences à court terme* 107

29. *Mesurer la réflexion* 109

30. *Idées en vrac* 113

Bibliographie 117

Les auteurs

À propos de Frank Rouault, DBA (*Doctorate in Business Administration*)

Avant d'avoir créé et de diriger Practical Learning the smart way to learn™, Frank Rouault a travaillé en France pour Achieveglobal, en Europe pour Herman Miller et en Amérique du Nord pour Goëmar International. Conseiller du commerce extérieur, il est titulaire d'un doctorat en Business Administration (GEM – Grenoble École de Management), d'un mastère spécialisé entrepreneuriat (GEM) et d'un BBA (*Bachelor in Business Administration*) en commerce international (ESSEC – École supérieure des sciences économiques et commerciales).

Du même auteur chez AFNOR Éditions :

La vente B to B – Le grand guide pratique (avec R. Grand-Clément et M. Ramis), 2017.

DOctrine – Le guide pour réussir votre doctorat (avec Dr C. Chaffois, Dr H. B. Khalaf, Dr M. A. Anderson et Dr J. Pulcrano), 2017.

Le management optimal – Concilier performance et bien-être au travail (avec C. Drugmand), 2016.

Une idée sur les idées pour la créativité, 2015.

Comprendre et prévenir les risques psychosociaux en éradiquant les pratiques nocives (avec C. Drugmand), 2014.

Tutorat, alternance et employabilité (avec L. Mattio, F. Cohen et C. Drugmand), Collection « 100 questions pour comprendre et agir », 2013.

Employabilité flexisécurité – Sécurisation de l'emploi (avec C. Drugmand et L. Mattio), Collection « 100 questions pour comprendre et agir », 2013.

Construire les succès – La motivation des hommes est le futur de l'entreprise (avec P. Clément), 2010.

Ressources humaines (avec S. Vico et S. Panczuk), Collection « 100 questions pour comprendre et agir », 2007.

Gestion de crise (avec J.-J. Roulmann, L. Goulvestre et J. Segonds), Collection « 100 questions pour comprendre et agir », 2006.

À propos de Jean Segonds

Avec plus de 40 années d'expérience dans le secteur IT (*Information Technology – Technologies de l'information*), dans de grands groupes internationaux et auprès de jeunes sociétés, Jean Segonds a acquis une bonne pratique des sujets du management opérationnel, du pilotage commercial, de la vision stratégique et du ciblage marketing.

En tant que dirigeant, il a travaillé en France, aux États-Unis et en Grande-Bretagne.

En 15 années de management de transition et comme consultant, il a essentiellement travaillé en France, auprès d'une quarantaine de sociétés différentes, tant dans des situations de crise que dans des cas à fort et rapide développement. Il est ancien élève de l'École Polytechnique et alumni de l'Université de Californie à San Diego.

À propos de Practical Learning the smart way to learn™

Créé en 1997, Practical Learning the smart way to learn™ est un cabinet conseil « boutique » dont l'objet est d'aider les équipes de direction et de management à formaliser et aligner leurs priorités, dans des contextes nationaux et internationaux, afin d'exécuter leurs stratégies.

Nous aidons les personnes/équipes et les organisations à anticiper leur meilleur futur possible et à construire un plan réaliste et pratique pour l'atteindre.

Nous intervenons avec le souci de servir une relation mutuellement bénéfique entre l'entreprise et ses collaborateurs où ces derniers servent la performance de l'entreprise et construisent leur employabilité en chemin.