

**VOICI UNE TRAME DE  
POWERPOINT QUE VOUS  
POURREZ UTILISER COMME  
SUPPORT POUR LES 15 M DE  
PRESENTATION DU PROJET.  
IL DEVRA ETRE IMPRIME ET  
POURRE CONTENIR DES  
ANNEXES ET AUTRES PREUVES**

# PROJET DE DEVELOPPEMENT DE L'UNITE COMMERCIALE

## PRESENTATION DU PROJET

# ANALYSE DE L'ENTREPRISE



# METIER DE L'ENTREPRISE

- GAMME DE PRODUIT

# METHODES DE VENTE DE L'ENTREPRISE

- Méthode 1

# CLIENTELE

- Caractéristiques quantitatives
- Caractéristiques qualitatives

# Les offreurs sur le marché

- DESCRIPTION
- DIFFERENCES

# DIAGNOSTIC DE L'ENTREPRISE

Informations, outils, Conclusion

# INFORMATIONS NECESSAIRES

- Sur le marché
- Sur l'entreprise..

# METHODES DE TRAITEMENT DE L'INFORMATION

- ANALYSE MC KINSLEY
- ANALYSE DOO LITTLE

# APPROCHE SWOT

- Matrice SWOT

# SYNTHESE DU DIAGNOSTIC

- Au niveau humain
- Au niveau Organisationnel

# Problématique

# CHOIX DU PROJET

Méthodes de recherche d'idées et  
sélection du projet

# RECHERCHE D'IDEE

- Par la méthode SPRI
- Par la méthode Ishikawa..

# ETUDE DES PROJETS

# CHOIX DU PROJET

# PLANIFICATION DU PROJET

# REPERCUSSION DU PROJET

Au niveau humain, financier, matériel

# ANALYSE DES REPERCUSSIONS DU PROJET

# CAHIER DES CHARGES

# MISE EN PLACE DU PROJET

Suggestions de mise en place

# DEMARCHES A ENTREPRENDRE

# BILAN DU PROJET

# CONCLUSION

- Professionnelle
- Personnelle

# VOICI UNETRAME DE POWERPOINT POUR LES 25 MN

REMP LISSEZ CE POWERPOINT POUR VOUS  
AIDER A L'ORAL AFIN DE JUSTIFIER VOS CHOIX  
ET IMPRIMEZ LE CAR VOUS N'AVEZ PAS LE  
DROIT DE VENIR AVEC UN ORDINATEUR.  
NEANMOINS VOUS POUVEZ VENIR AVEC UN  
DOSSIER EN DOUBLE POUR LES 15PREMIERES  
MINUTES ET UN POUR LA SUITE

# PRECISIONS SUR LE PROJET

Outils, moyens, méthodes

# PARTIE 1

## Précisions sur la partie 1

# LE RESEAU

Forme de commerce

Nature du réseau

Organisation du réseau

Management du réseau

# La structure

- Forme de MANAGEMENT
- Animation de l'équipe commerciale
- Agencement des locaux

# La concurrence

- Méthode de relevé concurrentiel
- Nature de la concurrence
- Forme de la concurrence
- Poids de la concurrence

# COLLECTE D'INFORMATIONS SUR LE MARCHE

- Mode de collecte
- Source d'informations

# PARTIE 2

## Les outils employés

# LA COLLECTE D'INFORMATION

- Informations nécessaires
- Sources d'informations
- Traitement de l'informations

# UTILISATION D'OUTILS DE DIAGNOSTIC

- UTILISATION DE LA MATRICE MC KINSEY
- CONSTRUCTION
- INFORMATIONS TRAITÉES

# UTILISATION DE LA MATRICE DOO LITTLE

- UTILISATION
- CONSTRUCTION
- INFORMATIONS TRAITEES

# UTILISATION DE LA MATRICE PORTER

- UTILISATION
- CONSTRUCTION
- INFORMATION TRAITEES

# MATRICE SWOT

- UTILISATION
- CONSTRUCTION
- INFORMATIONS TRAITEES

# PROBLEMATIQUE

- REFLEXIONS QUI Y ABOUTISSENT
- PORTEE

# CHOIX DU PROJET

## PRECISIONS

# METHODE ISHIKAWA

- UTILISATION
- CONSTRUCTION
- INFORMATIONS TRAITEES
- CONCLUSION

# METHODE P3Q03C

- UTILISATION
- CONSTRUCTION
- INFORMATIONS TRAITEES
- CONCLUSION

# METHODE BRAINSTORMING

- UTILISATION
- CONSTRUCTION
- INFORMATIONS TRAITEES
- CONCLUSION

# METHODE SPRI

- UTILISATION
- CONSTRUCTION
- INFORMATIONS TRAITEES
- CONCLUSION

# PROJET 1

- Précisions sur les ressources nécessaires

# Projet 1

- Précisions sur le gantt ( d'où viennent les durées, construction)

# Projet 1

- Précisions sur le budget ( construction, provenance des données, portée)

# Projet 1

- ANALYSE DE LA FAISABILITE

# PROJET 2

- IDEM

# LES REPERCUSSIONS

## PRECISIONS

# REPERCUSSIONS

- REPERCUSSIONS STRATEGIQUES

# RERCUSSIONS

- HUMAINES
- FINANCIERES
- MATERIELLES

# CAHIER DES CHARGES

- CONSTRUCTION
- INTERET
- UTILISATION

# MISE EN PLACE DU PROJET

# LES MOYENS A MOBILISER

- Intérêt
- Mode d'accès
- Contraintes

# BILAN DU PROJET

- POURQUOI CES FORCES
- POURQUOI CES CONTRAINTES

# PROJET