

# GreenToMarket n°1 - Comprendre et définir les enjeux GreenToMarket pour l'entreprise



Identifier, comprendre et prioriser les enjeux globaux et environnementaux auxquels l'entreprise doit faire face pour les années futures selon la méthode GreenToMarket

## PRÉ-REQUIS

- Pas de pré-requis

## NOMBRE MAXIMUM DE PARTICIPANTS

- 12 personnes

## DURÉE

- 3h00 de formation

## OBJECTIFS

- Analyser la position de l'entreprise sur son marché
- Anticiper les évolutions majeures en lien avec l'activité de l'entreprise
- Identifier les enjeux prioritaires auxquels l'entreprise doit faire face pour assurer sa performance économique à moyen et long terme
- Identifier les implications sur la politique environnementale et le leadership

## PUBLIC CONCERNÉ

- Dirigeants, direction marketing et communication, équipe marketing et communication, responsable QHSE / RSE / Environnement, directeur, responsable R&D, animateur réseaux d'entreprises, consultant, référent économie circulaire/éco-conception

## MODALITÉ D'ÉVALUATION

- **Questionnaire de positionnement**, évaluation des attentes préformation.
- **Questionnaire d'évaluation** des compétences acquises par les participants, le jour de la session et en fin de formation.
- **Questionnaire de satisfaction**, évaluation du feedback des participants, envoyé après la formation.



## Itinéraire Pédagogique

### Partie 1 : Le diagnostic externe GreenToMarket®

- **Les outils d'analyse**

Présentation des principaux outils de diagnostic interne

- **Les informations sur la concurrence**

Canaux d'informations sur la concurrence

- **Les tendances du marché**

Impact des facteurs environnementaux sur les évolutions des tendances de marché

- **La perception de l'offre**

Comprendre l'importance de la perception de l'offre par les parties prenantes sur les critères environnementaux

### Partie 2 : Le diagnostic interne GreenToMarket®

- **Les capacités de l'entreprise**

Capacités de l'entreprise à répondre à son environnement externe en matière d'environnement

- **L'auto-diagnostic**

Évaluer sa capacité à se développer et sur quel niveau de transformation

- **Les étapes préalables au choix du projet**

Analyse du couple produit/marché

- **Positionner les différents niveaux d'éco-conception**

Intégration à l'offre de l'entreprise

- **La cohérence dans l'offre**

### Partie 3 : Identification et évaluation des enjeux GreenToMarket®

- Savoir identifier et prioriser les enjeux GreenToMarket
- L'analyse SWOT environnementale
- Les enjeux GreenToMarket® prioritaires

### Partie 4 : Évaluation des acquis