

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