

Sommaire

INTRODUCTION	2
PARTIE 1 : PRESENTATION DU STUDIO XXXXX.....	3
A. PRESENTATION DE NOTRE EQUIPE.....	3
1. Répartition des tâches	4
2. Les objectifs d'xxxxx	4
B. ANALYSE EXTERNE.....	5
1. Environnement	5
2. Métier	5
3. Matrice de PORTER.....	6
C. ANALYSE INTERNE	7
1. Offre	7
2. Clientèle	7
3. Analyse financière	8
4. Préconisations financières	9
5. Forces et Faiblesses.....	11
PARTIE 2 : DIAGNOSTIC DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE ET MARKETING 12	
A. CARTOGRAPHIE DES PROCESSUS CONCERNES	12
1. Identification des problèmes	12
2. Recherche des causes racines	14
B. RELEVES DES POINTS CRITIQUES ET INDICATEURS PERTINENTS DE PERFORMANCE.....	16
C. PROBLEMATIQUE	18
PARTIE 3 : PRECONISATIONS.....	19
A. PLAN D' ACTIONS A METTRE EN PLACE.....	19
1. Changer de locaux	19
2. Se faire connaître	19
1. Mettre en place une communication d'image, de notoriété :	19
2. Apparaître dans les revues et les salons professionnels :	20
3. Relation avec les écoles	21
3. Développer de la prospection commerciale	23
4. Etablir des contrats officiels	24
B. CONTROLE DE LA MISE EN ŒUVRE.....	25
1. Tableaux de bord	25
2. Indicateurs de performance	25
1. Les outils de prévision.....	25
2. Les outils de suivi	25
3. Les outils d'analyse.....	25
CONCLUSION.....	27