

De la planification stratégique à la planification opérationnelle

La complexité, l'imprévisibilité et la discontinuité sont des notions qui caractérisent de façon croissante le paysage dans lequel nous évoluons. Ce paysage résulte de plusieurs phénomènes interconnectés qui se renforcent mutuellement tels que la mondialisation des activités économiques et financières, l'intensification de la lutte concurrentielle, la rapidité des mutations technologiques, les interventions accrues des pouvoirs publics dans le jeu économique et enfin les évolutions socioculturelles récentes.

Dans ce contexte, ces nouveaux défis peuvent être relevés par un pilotage vigilant associé à un système de management qui adopte une démarche stratégique (qualité totale et gestion globale des risques) s'articulant sur une organisation par processus orientée vers la satisfaction du client.

La logique de performance ainsi soutenue, implique :

- § des objectifs visant la performance dans la durée par l'amélioration continue de l'efficacité commerciale,
- § une approche client le considérant comme un actif à gérer dans la durée et fondée sur une segmentation stratégique permettant une stratégie différenciée par segment de clientèle,
- § une philosophie plaçant le client au cœur de la stratégie et visant à définir l'offre la plus adaptée à chaque segment en termes de produits et services, canaux de distribution, compétences et communication, ainsi qu'en termes de qualité et satisfaction mutuelle.

Le modèle de gestion, ci-dessous, assure la liaison des orientations stratégiques à la gestion opérationnelle, tout en visant l'optimisation opérationnelle et l'amélioration continue des performances.

