|  |
| --- |
| **Numéro du module :** |
| 1 |
| **Titre du module :** |
| Stratégies de commercialisation sociale |
| **Résultat d’apprentissage :** |
| Élaborer des stratégies traditionnelles et novatrices de commercialisation sociale, en collaboration avec les membres de l’équipe de travail, pour la vente de produits et l’offre de services en lien avec les objectifs de la mission de l’entreprise sociale. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Titre de l’activité** | Séance de cours 2 : Analyse FFOM |

|  |
| --- |
| **Description** |
| **Résumé (1-2 phrases) :** |
| Cette séance de cours te permettra d’approfondir tes connaissances de l’analyse FFOM et de développer davantage tes compétences liées aux stratégies de commercialisation. |
| **Mise en contexte / Mise en situation :** |
| Lorsque tu veux élaborer des stratégies de commercialisation pour ton entreprise sociale, tu dois d’abord connaitre ses forces, ses faiblesses, ses opportunités et les menaces.  Dans un premier temps, tu procèdes à l’analyse interne de ton entreprise pour en relever les forces et les faiblesses. Les forces sont les ressources ou les compétences que tu possèdes et qui te donnent un avantage sur tes concurrents. À l’opposé, les faiblesses révèlent des facteurs clés qui manquent pour accroitre tes activités ou pour surpasser tes concurrents. Les forces et faiblesses peuvent concerner la qualité du produit, le service à la clientèle, la formation des employés, la source d’approvisionnement, le circuit de distribution, etc.  Dans un deuxième temps, tu analyses les éléments externes qui peuvent avoir un impact positif ou négatif sur ton entreprise sociale. Ainsi, tu comprends que les opportunités concernent les potentiels que tu dois exploiter ou développer, tandis que les menaces sont des changements en cours ou à venir qui peuvent diminuer ou détruire la croissance de ton entreprise.  Tu vas développer ta connaissance des FFOM en suivant cette séance de cours et en t’exerçant grâce aux activités de soutien.  Les forces, faiblesses, opportunités et menaces sont parfois nommées FFOM, SWOT en anglais (Strengths – Weaknesses – Opportunities – Threats) ou encore FFPM (Forces – Faiblesses – Possibilités – Menaces). |
| **Consignes, directives et ressources (liens, manuels, images, etc.) :** |
| **Thèmes à l’étude**   * Retour sur le plan stratégique d’une entreprise * Liens entre les stratégies de commercialisation et la mission * Notion de l’analyse FFOM   + Environnement interne : FF   + Environnement externe : OM * Comité de travail (discussion) * Période de questions * Présentation des travaux à venir |