|  |
| --- |
| **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.** |
| **Éléments de performance :** |
| * connaitre les notions de l’analyse FFOM (forces, faiblesses, opportunités et menaces) * effectuer une analyse FFOM de l’entreprise sociale * participer activement au comité de travail * faire preuve de respect et d’ouverture d’esprit à l’égard des opinions, des commentaires et de la rétroaction provenant d’autrui |

|  |  |
| --- | --- |
| **Titre de l’activité** | Activité : Environnement interne – FF (partie 1) |

|  |
| --- |
| **Description** |
| **Résumé (1-2 phrases) :** |
| Cette activité va t’emmener à déceler les forces et les faiblesses d’une entreprise sociale. |
| **Mise en contexte / Mise en situation :** |
| En tant qu’expert en marketing, tu es conscient que tu devras entreprendre ta partie de travail sur l’élaboration du plan de marketing stratégique. Afin d’en apprendre davantage sur le sujet et de développer ton expertise, tu consultes les documents et les ressources associées aux [Fermes Lufa](https://montreal.lufa.com/fr/about). Tu veux analyser l’information afin de déterminer les forces et les faiblesses de cette entreprise. Ainsi, tu passes en revue les produits, les prix, la place, la promotion et le personnel pour trouver les réponses et l’information que tu recherches.  Dans cet exercice, tu dois te rappeler que tu te bases sur une analyse interne de l’entreprise pour en déceler les forces et les faiblesses. Par exemple quels sont les résultats de l’année précédente par rapport aux objectifs fixés? Quelles sont les ventes par produit et par marché? Quelle est la qualité du service à la clientèle? Peut-on retenir les clients? Les activités sont-elles en lien avec la mission, la vision et les valeurs de l’entreprise, etc.  Note : Voici des acronymes importants à retenir  FFOM : Forces – Faiblesses – Opportunités – Menaces  FFPM = Forces – Faiblesses – Possibilités – Menaces  SWOT = Strengths – Weaknesses – Opportunities – Threats  FFOM = FFPM = SWOT en anglais (aussi dans d’autres pays) |
| **Consignes, directives et ressources (liens, manuels, images, etc.) :** |
| Partie 1 : Ressources à consulter  Consulte les ressources suivantes qui portent sur l’analyse FFOM   * [Analyse FFOM : Connaissez-vous les forces et les faiblesses de votre organisation?](https://www.bdc.ca/fr/articles-outils/strategie-affaires-planification/definir-strategie/analyse-ffom-outil-simple-utiliser-planification-strategique) * [Analyse FFOM](https://www.coffres.ca/wp-content/uploads/2018/01/3-Analyse-FFOM.pdf) * [Notes de cours : Diagnostic interne – Forces et faiblesses](https://www.coffres.ca/wp-content/uploads/2018/01/3-Analyse-FFOM.pdf)   Partie 2 : Analyse des **F**orces et des **F**aiblesses (diagnostic interne)  En te basant sur l’information que tu as repérée sur le site des Fermes Lufa, effectue le travail dans le tableau 1 du document Analyse FFOM  :   1. Relève un minimum de trois (3) forces et inscris-les dans le tableau. Explique l’influence positive des forces que tu relèves. 2. Relève un minimum de trois (3) faiblesses et inscris-les dans le tableau. Explique l’influence négative des faiblesses que tu relèves. 3. Justifie chacun des facteurs ou des propos que tu notes en indiquant une référence dans les textes. 4. Soumets ton travail à ton professeur. |