

4 Etude stratégique (4 semaines)

Secteur ; Packaging dans les vins et spiritueux

Objectif : Déterminer les axes stratégiques de développement

Contexte : Activité en démarrage, très fort immobilisme du secteur face aux innovations

Méthodologie : Segmentation très fine du marché et de l'activité, (6 segments) construction du portefeuille identification des marchés porteurs. Entretiens clients pour déterminer les atouts et les freins par marché

Résultats : Identification des potentiels et du positionnement de l'entreprise
Proposition de 3 axes stratégiques en fonction des métiers