

# Sommaire

|  |           |
|--|-----------|
| Remerciements .....  | 9         |
| Sur la genèse de ce livre .....                                      | 11        |
| Introduction.....  | 17        |
| La CHANCE !.....   | 17        |
| La méthode SERENDIP .....  | 19        |
| Entendons-nous sur le champ de réflexion .....                       | 22        |
| Faire les bonnes choses vs bien faire les choses .....               | 24        |
| Pourquoi ce livre est votre meilleur investissement.....             | 26        |
| <b>Chapitre 1 - Le processus SERENDIP pas à pas.....</b>             | <b>29</b> |
| Situer l'entreprise dans son contexte .....                          | 29        |
| Explorer l'environnement.....  | 33        |
| Réfléchir sur l'interne .....  | 44        |
| Entendre le passé.....   | 52        |
| Notifier les ambitions .....   | 58        |
| Définir les scénarios stratégiques.....                              | 62        |
| Instaurer la stratégie.....  | 71        |
| Provoquer la validation .....  | 75        |
| Synthèse.....  | 78        |
| <b>Chapitre 2 - Mise en pratique .....</b>                           | <b>81</b> |
| Les pièges courants à éviter.....                                    | 81        |
| Une stratégie optimisée pour l'exécution.....                        | 83        |
| Pourquoi est-il crucial de concevoir une stratégie exécutable ? .... | 83        |
| Quelles sont les causes de non-exécution d'une stratégie ? .....     | 86        |

STRATÉGIE D'ENTREPRISE

Comment profiter de ces enseignements pour élaborer  
une stratégie exécutable ?..... 87

Compétences et expériences nécessaires..... 89

Optimiser l'intelligence collective ..... 94

    Grâce à l'empathie..... 94

    Et à l'inclusion extensive..... 95

Révision périodique de la stratégie ..... 95

  

Conclusion..... 97

Quelques définitions importantes ..... 101

Bibliographie..... 105

Les trois princes de Serendip..... 107

À propos de l'auteur ..... 111