



ACTION et
LEADERSHIP
FACE AUX DÉFIS AGRONOMIQUES

CONGRÈS 2017 | 21-22 SEPTEMBRE | SHERBROOKE



Claude Lafleur, agr
Agronomes : entrepreneurs de leur succès!

Introduction

*Les compétences
entrepreneuriales des agronomes
seront plus que jamais
importantes afin qu'ils assument
un leadership fort dans leur
secteur...*

CONGRÈS 2017 | 21-22 SEPTEMBRE

ACTION et **LEADERSHIP**
FACE AUX DÉFIS AGRONOMIQUES

BLOC 1: le bateau



La propulsion et la manoeuvre expliquées

CONGRÈS 2017 | 21-22 SEPTEMBRE

ACTION et **LEADERSHIP**
FACE AUX DÉFIS AGRONOMIQUES

BLOC I : le bateau

Le modèle d'affaire :
la coque, le gréement, la voilure, l'équipage

- Une combinaison de différents leviers qui fait en sorte que le modèle génère du cash et autres bénéfices souhaités!!!
- Les nombreux leviers qui sont à votre disposition comme agronome, entrepreneur, capitaine, pour imaginer / construire votre navire/modèle d'affaire

Le modèle d'affaire



CONGRÈS 2017 | 21-22 SEPTEMBRE

ACTION et **LEADERSHIP**
FACE AUX DÉFIS AGRONOMIQUES

La proposition d'affaire

- Quelle valeur mon entreprise offre-t-elle aux clients?
- Quel problème mon entreprise tente-t-elle de solutionner chez mes clients?
- À quels besoins du client, très spécifiquement, mon entreprise s'attaque-t-elle?
- Quels produits et services mon entreprise offre-t-elle à ses clients?

Les activités clés

- Quelles sont les activités-clés que mon entreprise doit effectuer pour appuyer ma proposition d'affaire?

CONGRÈS 2017 | 21-22 SEPTEMBRE

ACTION et **LEADERSHIP**
FACE AUX DÉFIS AGRONOMIQUES

Les partenaires clés

- Qui sont les partenaires-clés pour notre entreprise?
- Qui sont nos fournisseurs incontournables?
- À quelles ressources-clés nos partenaires nous donnent-ils accès?
- À quelles activités-clés nos partenaires nous donnent-ils accès?

Les ressources clés

- Quelles sont les ressources-clés que mon entreprise doit posséder pour appuyer ma proposition d'affaire?

Les canaux de distribution

- Par quels canaux nos clients souhaitent-ils être rejoints?
- Comment les concurrents rejoignent-ils leurs clients?
- Quel est le meilleur canal? Le plus efficace? Le plus efficient?
- Comment nos canaux de distribution rendent-ils la vie quotidienne plus facile?

CONGRÈS 2017 | 21-22 SEPTEMBRE

ACTION et **LEADERSHIP**
FACE AUX DÉFIS AGRONOMIQUES

La relation avec les clients

- Comment dénicher des nouveaux clients?
- Comment garder les clients existants?
- Comment accroître notre base de clients?
- Comment enrichir la relation d'affaire avec nos clients?
- Combien ça coûte?

La segmentation de marché

- Pour quels clients créons-nous de la valeur?
- Quels clients profitent le plus de notre proposition d'affaire?
- Quels sont les caractéristiques, le portrait typique/la caricature de nos clients?

La structure de coût

- Quel est l'item le plus coûteux de votre modèle d'affaire?
- Quelle est la ressource-clé la plus coûteuse?
- Quelle est l'activité-clé la plus coûteuse?

Les flux de revenus

- Combien les clients sont-ils prêts à payer pour notre proposition de valeur?
- Quel est le prix actuel?
- Quel est le modèle de revenu?
- Quels sont les stratégies de prix de l'entreprise?

BLOC 2: le focus

Une fois le bateau dans l'eau...

- Comment garder le cap dans un environnement hostile?
- Comment établir ses objectifs?
- Comment mobiliser l'équipage?
- Comment empêcher les dérives?
- Comment effectuer un pivot?

CONGRÈS 2017 | 21-22 SEPTEMBRE

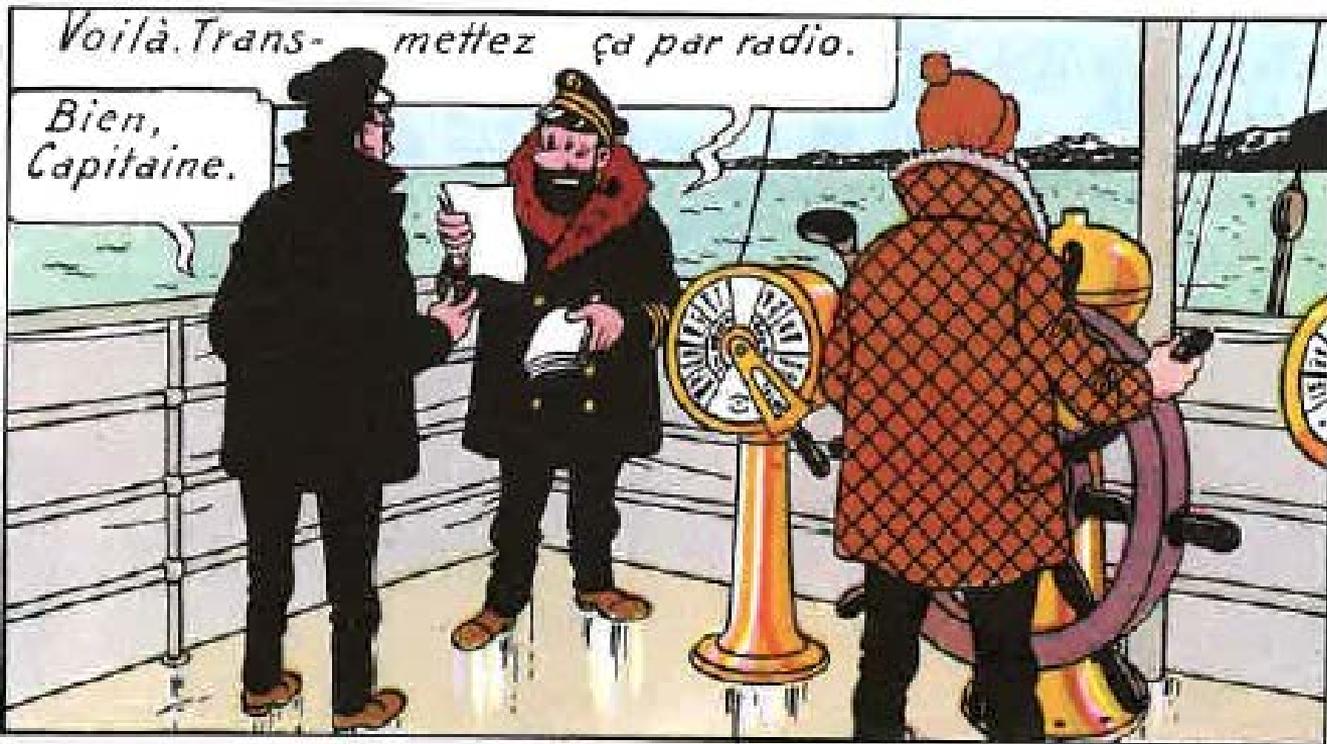
ACTION et **LEADERSHIP**
FACE AUX DÉFIS AGRONOMIQUES

La culture et les mythes fondateurs



et **LEADERSHIP**
FACE AUX DÉFIS AGRONOMIQUES

Les communications



CONGRÈS 2017 | 21-22 SEPTEMBRE

ACTION et **LEADERSHIP**
FACE AUX DÉFIS AGRONOMIQUES

Les communications

- **Communication, communication, communication!**
 - Régulière, transparente, intègre et engageante
 - La mission et la vision
 - Les valeurs
 - Les mandats clairs : responsabilité et autorité

Les indicateurs



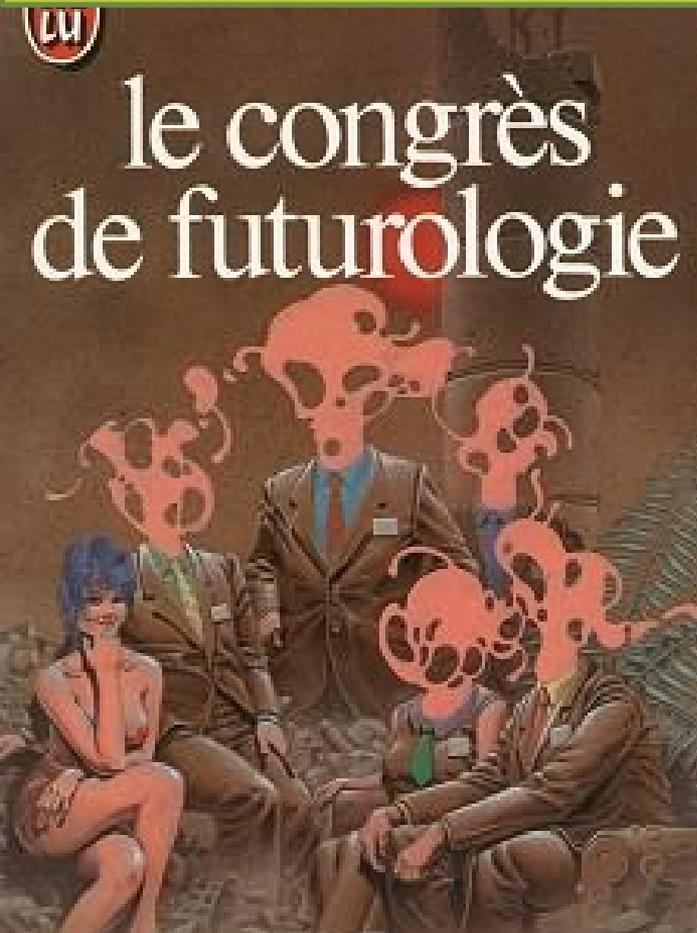
CONGRÈS 2017 | 21-22 SEPTEMBRE

ACTION et **LEADERSHIP**
FACE AUX DÉFIS AGRONOMIQUES

Les indicateurs

- **Mesurer, mesurer, mesurer!**
 - Le tableau de bord
 - Bien connaître sa position, bien documenter

Bien lire l'environnement



1. Les avancées technologiques
2. Les pressions environnementales et sociales
3. Le déplacement du pouvoir économique
4. Le changement des valeurs
5. Le climat politique

Le pivot : lucidité et courage

- **Quand le bateau ne convient plus**
 - Rentabilité absente et/ou déclin des parts de marché
 - Désengagement
 - Urgences
 - Complaisance
 - Leadership absent

CONGRÈS 2017 | 21-22 SEPTEMBRE

ACTION et **LEADERSHIP**
FACE AUX DÉFIS AGRONOMIQUES

BLOC 3 : La posture



CONGRÈS 2017 | 21-22 SEPTEMBRE

ACTION et **LEADERSHIP**
FACE AUX DÉFIS AGRONOMIQUES

Habiletés politiques

- Savoir argumenter
- Savoir convaincre
- Savoir négocier
- Savoir trouver les appuis
- Savoir choisir ses alliés
- Savoir tirer parti de sa marge de manœuvre

CONGRÈS 2017 | 21-22 SEPTEMBRE

ACTION et **LEADERSHIP**
FACE AUX DÉFIS AGRONOMIQUES

Les bienveillants

- Les réseaux (OAAQ!)
- Les mentors
- Le comité aviseur
- Les consultants
- Le conseil d'administration

CONGRÈS 2017 | 21-22 SEPTEMBRE

ACTION et **LEADERSHIP**
FACE AUX DÉFIS AGRONOMIQUES

L'équilibre de vie



CONGRÈS 2017 | 21-22 SEPTEMBRE

ACTION et **LEADERSHIP**
FACE AUX DÉFIS AGRONOMIQUES

Mot de conclusion



Ce n'est pas le vent qui décide de votre destination, c'est l'orientation que vous donnez à votre voile. Le vent est pareil pour tous.

Mot de conclusion

A portrait of Alvin Toffler, an elderly man with glasses, wearing a dark suit jacket over a light-colored shirt. He is resting his head on his right hand, looking directly at the camera with a thoughtful expression. The background is dark and textured.

Les analphabètes du 21^{ème} siècle ne
seront pas ceux qui ne savent ni lire,
ni écrire.

Ce seront ceux qui ne savent pas
apprendre, désapprendre
et réapprendre.

Alvin Toffler

CONGRÈS 2017 | 21-22 SEPTEMBRE

ACTION et **LEADERSHIP**
FACE AUX DÉFIS AGRONOMIQUES