

# Sommaire

<b>Préface par Christophe Bernard</b>	VII
<b>Avant-propos</b>	XI
<b>1. Évaluer son environnement</b>	1
1.1. La mission de conseil	1
1.2. Le socle des connaissances théoriques, la méthodologie et les outils de la mission	4
1.3. Conclusion	29
Pour aller plus loin	31
<b>2. Définir son positionnement stratégique</b>	33
2.1. La mission de conseil	33
2.2. Le socle des connaissances théoriques, la méthodologie et les outils de la mission	36
Pour aller plus loin	72
<b>3. Choisir sa stratégie de croissance</b>	73
3.1. La mission de conseil	73
3.2. Le socle des connaissances théoriques, la méthodologie et les outils de la mission	77
Pour aller plus loin	103
<b>4. Se développer à l'international</b>	105
4.1. La mission de conseil	105
4.2. Le socle des connaissances théoriques, la méthodologie et les outils de la mission	110
Pour aller plus loin	135
<b>5. Articuler stratégie et innovation</b>	137
5.1. La mission de conseil	137
5.2. Le socle des connaissances théoriques, la méthodologie et les outils de la mission	140
Pour aller plus loin	182
<b>6. (Re)penser son <i>business model</i></b>	183
6.1. La mission de conseil	183
6.2. Le socle des connaissances théoriques, la méthodologie et les outils de la mission	186
Pour aller plus loin	216
<b>Conclusion</b>	219
<b>Index</b>	227