

Marie-Pierre Olivier

3175 chemin des Quatre-Bourgeois, bureau 375,
Québec (Québec) G1W 2K7
418 809-7142 (cellulaire)
marie-pierre@dancause.net
<http://www.dancause.net/>



Marie-Pierre Olivier est consultante auprès des organisations qui cherchent à revoir leur modèle d'affaires, à réfléchir le futur de leur organisation et à choisir leurs stratégies et actions de croissance. Elle accompagne les dirigeants d'entreprise et les conseille dans l'élaboration de leurs plan stratégique et plan de commercialisation. Elle s'assure qu'il y ait des étapes rapidement atteignables pour leur donner confiance, les aider à développer de bonnes habitudes et à vivre leur leadership face à leur équipe. Marie-Pierre est reconnue dans son milieu comme étant une personne énergique, pragmatique, intéressée par les faits et les résultats.

Résumé des qualifications :

Diplômes :

- Doctorat en administration des affaires (scolarité), UQTR, 2014
- Maîtrise en gestion des PME, UQTR, 2004
- Baccalauréat en administration des affaires, Université Laval, 2003

Associations : aucune

Domaines d'expertise :

- Stratégie d'affaires : révision et validation du modèle d'affaires, validation du plan stratégique et des stratégies d'affaires et mise en œuvre
- Intelligence de marché : veille stratégique et concurrentielles, analyse de marché, audit clients
- Commercialisation : études de marché, positionnement commercial, communication et publicité, développement de marché, exportation, gestion de ventes
- Marketing : cycles de vie, faisabilité, lancement et commercialisation de produits

Secteurs d'activités :

- Manufacturier et distribution
- Entreprises en B2B
- Services professionnels
- Start Up

Exemples de mandats :

- Élaboration d'un plan marketing et de commercialisation. Matérialiser votre stratégie commerciale dans un plan concret. Prioriser les segments de marché. Établir des objectifs. Choisir les clients A-B-C et planifier les actions à mettre en oeuvre dans la prochaine année.
- Élaboration d'études de marché. Analyser et comprendre le fonctionnement des dynamiques d'un marché pour prendre des décisions basées sur des faits et éviter les erreurs.
- Élaboration d'analyse de marché. Analyser vos concurrents et ceux à venir pour ajuster votre gamme de produits et de services et vous démarquer de vos concurrents.
- Accompagnement dans le processus de planification stratégique. Pour prendre du recul. Réfléchir autrement. Additionner des faits nouveaux pour faire émerger de façon collaborative des orientations claires et porteuses de mouvement pour votre organisation. Le tout livré sur une carte stratégique 3 à 5 ans et un plan annuel priorisant les projets stratégiques pour la prochaine année.
- Accompagnement dans la mise à jour annuelle de la planification stratégique. Ajuster la carte stratégique 3 à 5 ans pour garder le cap et définir le plan annuel de la prochaine année avec les projets stratégiques à prioriser.
- Accompagnement dans la mise en oeuvre du plan annuel pour mettre la stratégie au cœur des opérations.