

Analyse des résultats

- Analysez et enregistrez, sur le TBB, votre position sur chacun des critères
- Etes-vous parvenu à vendre le volume de produits désirés ? Si non de combien est l'écart.
- Le marché a-t-il absorbé le volume prévisionnel de l'étude de marché.
- Avez-vous fixé un prix adapté au marché ? un prix concurrentiel ?
- Quel est votre résultat d'exercice ? Avez-vous analysé votre compte de résultat ? Votre bilan ?
- Avez-vous fixé des budgets suffisants, trop importants selon les différents axes budgétaires
- Avez-vous des stocks en réserve ?
- Avez-vous maîtrisé votre coût de revient ? Y a-t-il des composantes de coût que vous n'aviez pas estimé ?
- Avez-vous identifié votre potentiel de production ? Y a-t-il un coefficient de vétusté ?

Re-formulation de votre stratégie

- Conservez-vous la même stratégie ? Utiliser un vocabulaire spécifique au management et au marketing pour la définir.
- A combien s'élève les ventes prévisionnelles du marché par produits ?
- Avez-vous la capacité de les produire ?
- Décidez-vous d'investir ?
- Quels éléments décidez-vous de changer ? Le prix, les quantités ?
- Quels budgets seront modifiés ?