

FICHE PRESENTATION D'ENTREPRISE

FICHES ETAPES DE LA DEMARCHE STRATEGIQUE

■ Diagnostique stratégique externe = opportunités/menaces

1. Analyse de l'environnement global

Avec : **Méthode PESTEL** (Politique, Economique, Social, Technologique, Ecologique, Légal).

Opportunités	Menaces
▪ ▪	▪ ▪

= surveiller l'environnement global pour atteindre l'**Intelligence Economique**.

2. Analyse de l'environnement concurrentiel

Avec : **les 5 forces concurrentielles de PORTER**

- Rivalité entre les firmes existantes :
- Pouvoir de négociation des clients :
- Pouvoir de négociation des fournisseurs :
- Menaces des nouveaux entrants :
- Menaces des produits substituables :

= **Facteur clef de succès** = caractéristique que l'entreprise doit maîtriser pour survivre et s'imposer sur le marché :

= **Avantages concurrentiel** = doit être identifiable par le consommateur, durable, défendable face aux concurrents, ne doit pas être substituable :

(= **Position des concurrents directs** :))

3. Analyse et connaissance du marché

Avec : S'il est question d'**Outils d'analyse** :

- Du marché :
- Du comportement des consommateurs :
- De prévisions de la demande :

= Pour connaître son marché et effectuer une **segmentation marketing**

= Réunir des informations sur le marché auquel l'entreprise s'adresse.

■ Diagnostique stratégique externe = forces/faiblesses

1. Analyse de la chaîne de valeur

Chaîne de valeur = outil d'analyse des activités créatrices de valeur.

- **Activités principales** :
- **Activités de soutien** :

Quelles faiblesses ?

Quelles forces ? = **avantage concurrentiel.**

2. Analyse des ressources

- **Ressources tangibles** :
- **Ressources intangibles** :

Quelles faiblesses ?

Quelles forces ? = **ressources stratégiques.**

3. Analyse des compétences

Compétences = savoir-faire que déploie l'entreprise pour atteindre ses objectifs.

- **Compétences d'ordre générales** (organisation de l'entreprise) :
- **Compétences spécifiques** (au cœur de métier) :
- **Compétences transversales** (gestion de la qualité, des fournisseurs) :

Quelles faiblesses ?

Quelles forces ? = **compétences distinctives + avantage concurrentiel.**

LA DEMARCHE STRATEGIQUE :

1. **Faire un diagnostic stratégique** (interne et externe).
2. **Définir les objectifs stratégiques** (DAS, FCS, avantage concurrentiel).
3. **Définir la stratégie** (globale, de domaine, délibérée, émergente).
4. **Mettre en œuvre la stratégie** (plan opérationnel, budget, contrôle stratégique).

DE QUELLE STRATEGIE GLOBALE S'AGIT-IL ?

Stratégie qui se concentre sur un seul métier dans lequel l'entreprise déploie ses ressources et compétences ?

= SPECIALISATION

- Pénétration de marché : produits existants/marchés existants selon matrice d'ANSOFF
- Extension de marché : produits existants/ nouveaux marchés selon matrice d'ANSOFF
- Développement de produits : nx produits /marchés existants selon matrice d'ANSOFF

Pour = obtenir un avantage concurrentiel fort.

Stratégie qui vise de nouveaux marchés avec de nouveaux produits ?

= DIVERSIFICATION

- Diversification conglomerale (pas de lien avec le métier d'origine)
- Diversification concentrique (lien avec le métier d'origine)

Pour = obtenir des synergies.

Stratégie qui consiste à internaliser des activités au sein de l'entreprise en amont (par l'approvisionnement) en aval (par la distribution), avec une logique de filière de production ?

= INTEGRATION VERTICALE

Stratégie qui consiste à confier certaines activités de l'entreprise à une autre entreprise ?

= EXTERNALISATION

- Sous-traitance
- Franchise
- Activité de soutien

DE QUELLE STRATEGIE DE DOMAINE S'AGIT-IL ?