







Processus (2)

phase d'analyse

What business are we in (p12)

buts fondamentaux

shareholder value
sous-traitance
pas d'action coup de poing
P&G Everyday Low Price

service publique
SNCF

No 1
financement
publicité TF1
économie d'échelle
Attirer employés

Entreprise familiale
contrôle capital
problèmes de croissance BFR

métiers

SBU
1 plan Stratégie unificatrice
N plan
ambitions

ce que l'entreprise VEUT faire

vision
mission

Opportunités et risque marché (OT) (p14)

tendances sociétales
habitudes
lois

Courbe de vie du produit
nouveau
générique différenciation

Consommateur
qui
pourquoi
où
comment

Distribution
couverture
répartition

ce que l'entreprise DOIT faire sur ses marchés

Facteurs clés dans le secteur (concurrence) (p16)

Fournisseur
Clients
Porter
Concurrents rivalité

Nouveau entrants
Produits de substitution

ce que l'entreprise DOIT faire vis-à-vis de ses concurrents

Force et faiblesses entreprise (p19)

Bilan stratégique
BCG
part de marché
croissance du marché

forces et faiblesses
distinctif
Meaningful
compétences distinctives
aptitudes
savoir-faire
compétences

Avantages concurrentiel
durable inscrit dans la culture
inimitable

ce que l'entreprise PEUT faire

phase de décision

What business should we be in (p21)

Chapitre 3
Identité et la culture
diversification
intégration verticale
sous-traiter
alliances
concurrence
Lent
à long terme
Changement

Stratégies génériques (p23)

coûts bas
Différenciation
Offre (positionnement)
Demande (segmentation)
Cible large (marché)
Cible étroite (segment)

Choix opérationnels (p24)

Mise en oeuvre (p26)



















