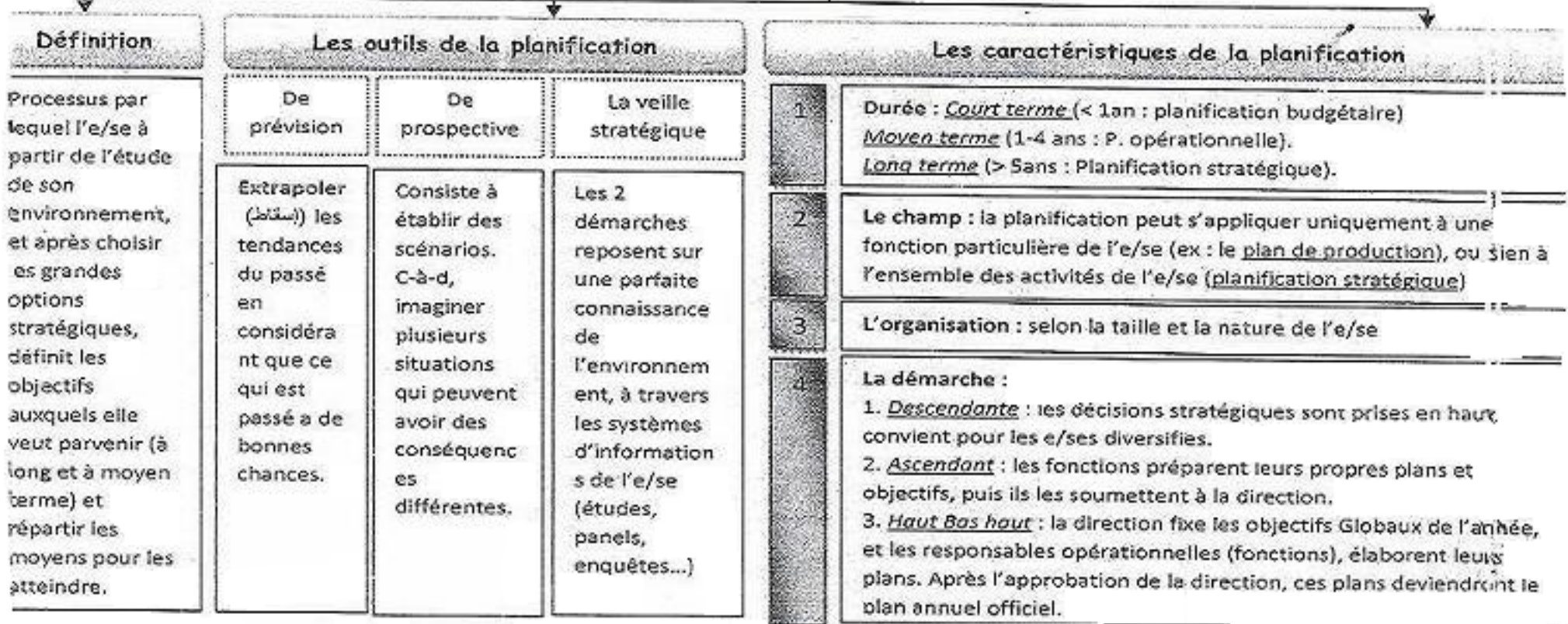


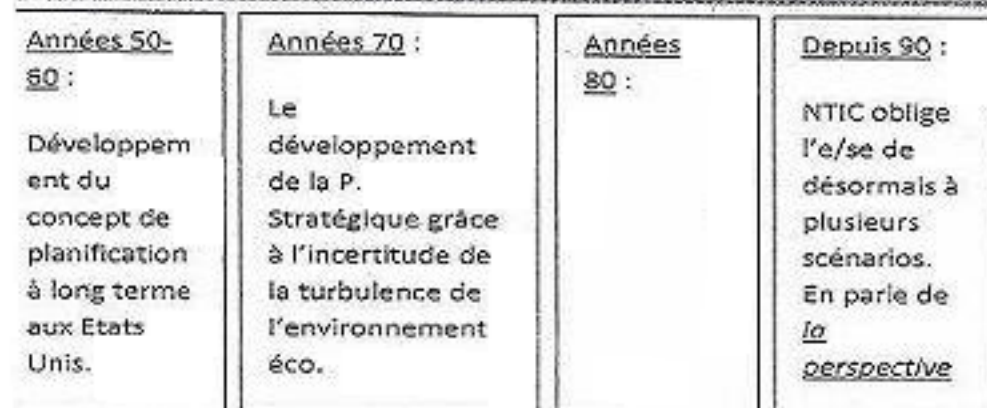
### I. Notion d'une stratégie :



### II. La planification stratégique :



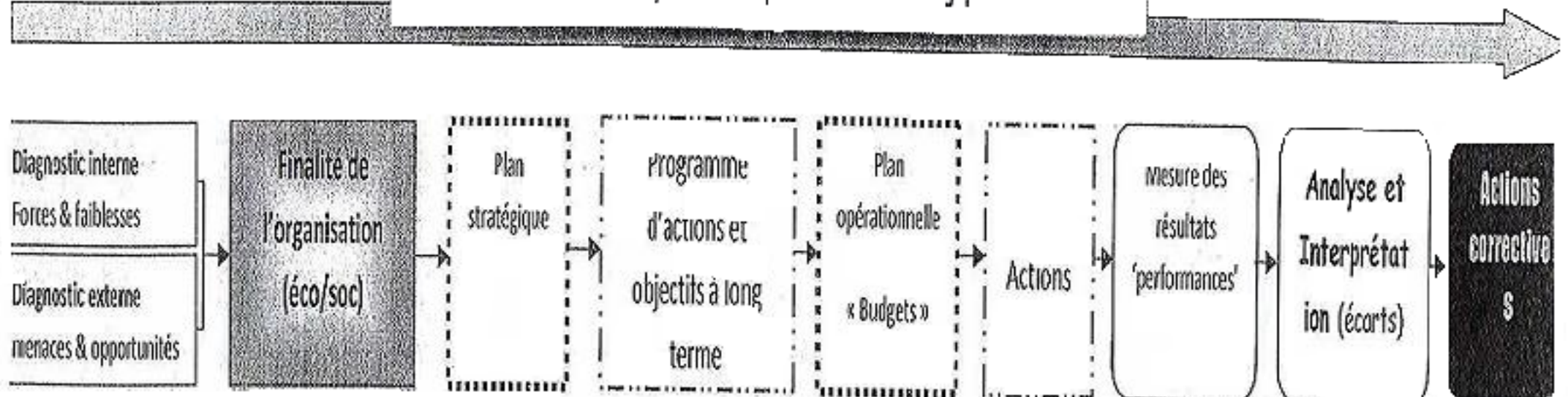
#### Evolution Historique (Décrit par H.Faylor)



#### Les fonctions de la planification



### La Mise en place de la planification stratégique



Après, l'étape suivante est « le contrôle des réalisations des plans stratégiques et opérationnelles ». À partir la comptabilité générale et analytique et les tableaux de bord.

#### Avantages & limites

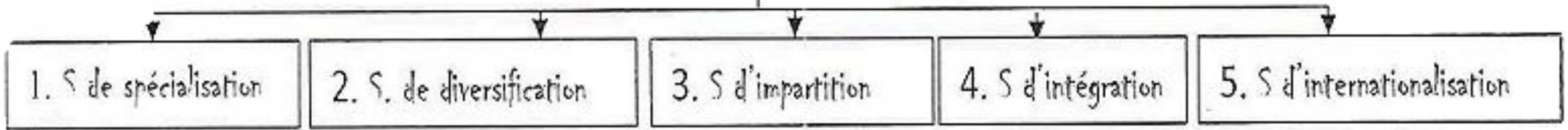


### III. l'analyse concurrentielle :

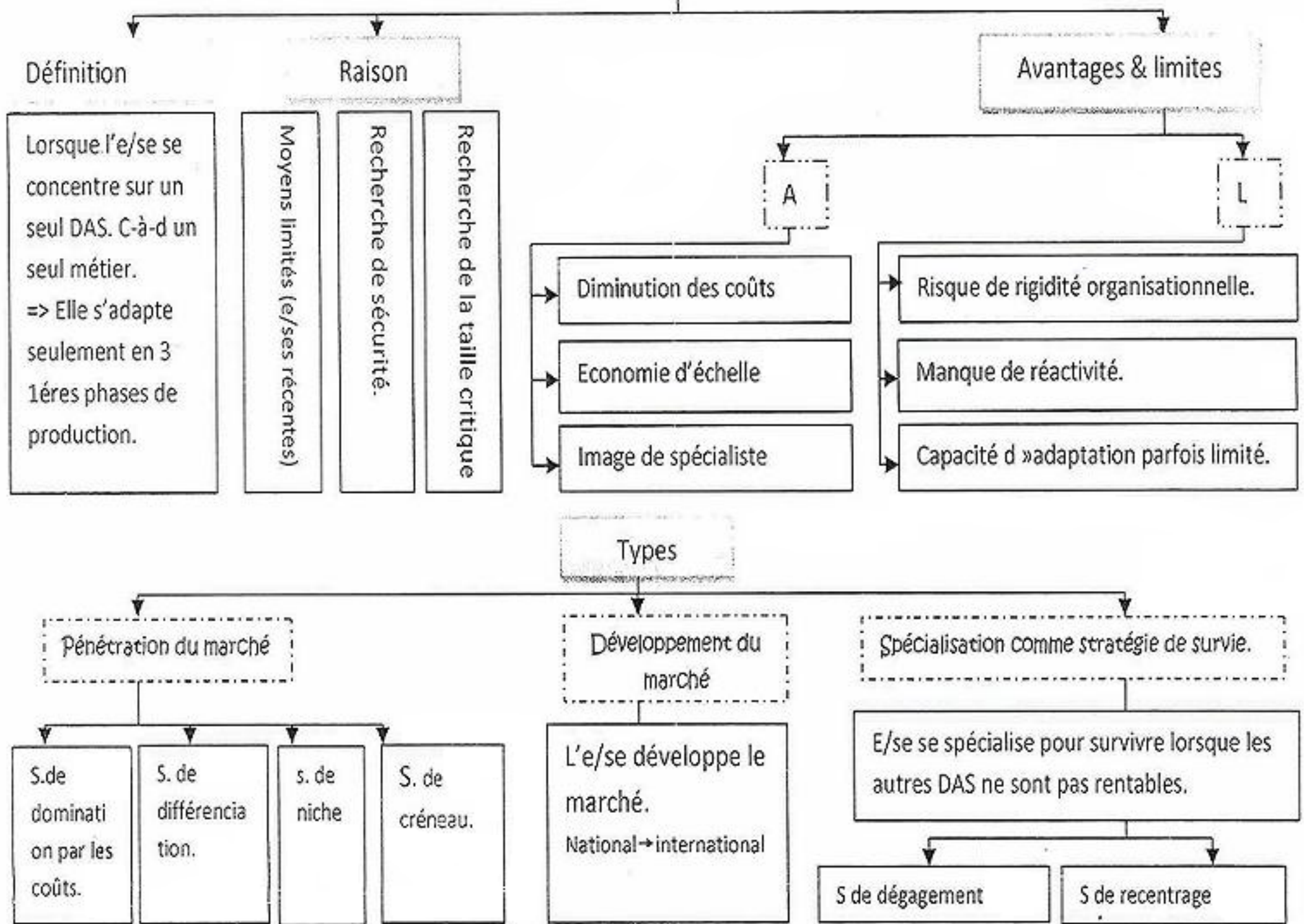
L'analyse concurrentielle se base sur « FACTEURS CLES DE SUCCES » : éléments sur lesquels se fonde en priorité la concurrence, correspondant aux compétences qui sont nécessaires pour être compétitive.

Fondements de l'AC			La position concurrentielle de l'e/se			Les facteurs explicatifs de l'avantage concurrentiel		
Domaines d'activités stratégiques	Le métier	Segmentation stratégique	Apport de cycle de vie du produit	Apport d'Effet	App. Porte feuille d'activités Analyse BCG	Facteurs relatives aux ressources	Facteurs relatifs à l'amélioration de la	Facteurs Relatifs à la dimension
Segments stratégiques : ensemble des activités ou l'e/se se présente, et qui sont relatifs à un marché spécifique.	L'ensemble des compétences et expériences et des savoir-faire qu'une e/se possède et qui lui permettent d'être présent dans les DAS. Mission :	Regrouper et structurer les activités de l'e/se en unités homogènes / indépendants / accessibles « DAS ou segment stratégique » qui cible un marché	4 phases : -Lancement : Coûts, Prix. -Croissance : ventes, tx de croissance -Maturité : coûts, ventes stables, recherche de maintenir la position du Produit. -Déclin : ventes	Théorie selon laquelle, pour chaque secteur d'activité un certain nombre de facteurs : progrès, effet d'apprentissage. → Permet de réduire les coûts à chaque doublement de production.	Analyse par la matrice de BCG. 1. Dilemme : avantage concurrent. 2. Vedette : bonne rentabilité. 3. Vache à lait : bonne position concurrentielle, ventes stables. 4. Poids morts : phase de déclin. → Porter : chaîne de valeurs ; 5 forces de M.	<u>Savoir-faire</u> : compétences/habilités/ techniques acquises par l'e/se <u>Synergie</u> : la création de la valeur par l'association de plusieurs ressources. (1+1=3) <u>Capacité d'innovation</u> : l'innovation donne un avantage concurrentiel : le produit breveté permet d'un monopole temporaire/ minimisation des coûts	La productivité mesure l'efficacité d'un processus ou des facteurs entrants en un résultat. → Le gain de productivité est l'écart positif de % de la productivité durant une période. Et par conséquent elle force leur position au détriment de celles qui souffrent de la faiblesse de la productivité	<u>Les économies d'échelles</u> : % de la quantité produite, % les coûts unitaires. <u>La taille Critique</u> : ou « masse critique », « seuil dimensionnel » la dimension minimale que doit atteindre une e/se pour s'introduire (SEUILS : financière, technologie, commercial) <u>Effet d'expérience</u> : ensemble

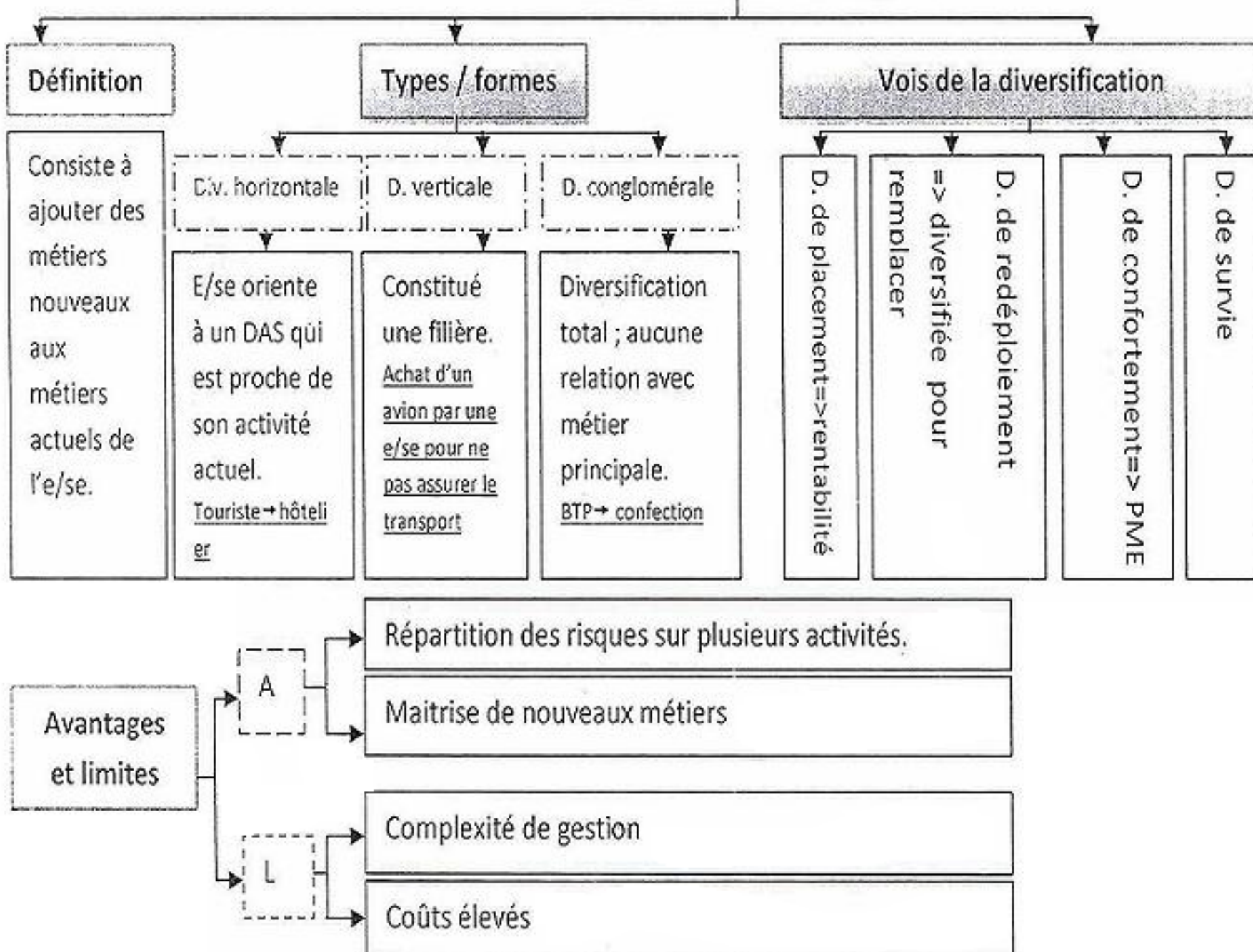
# OPTIONS STRATÉGIQUES



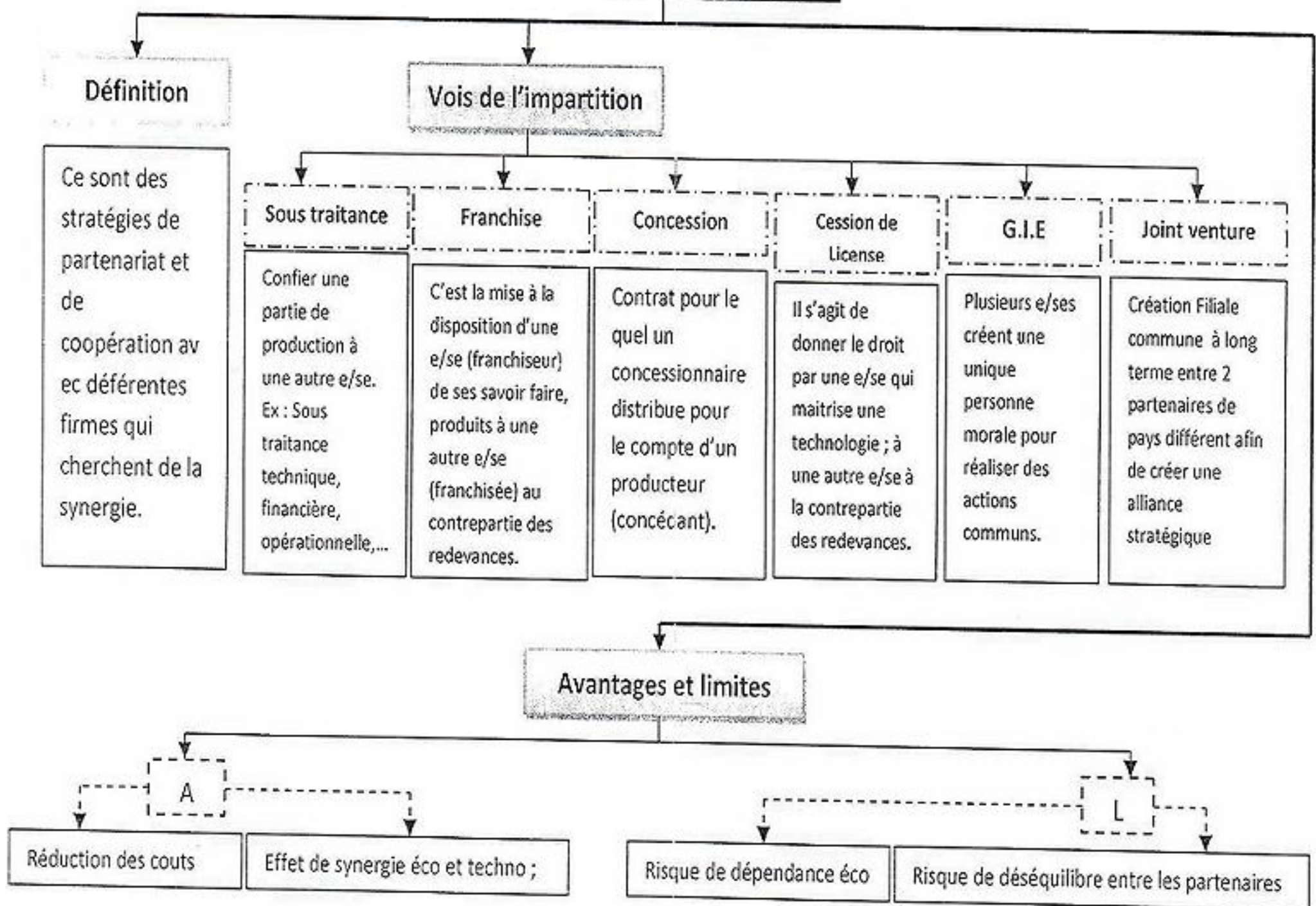
## 1. Stratégie de spécialisation :



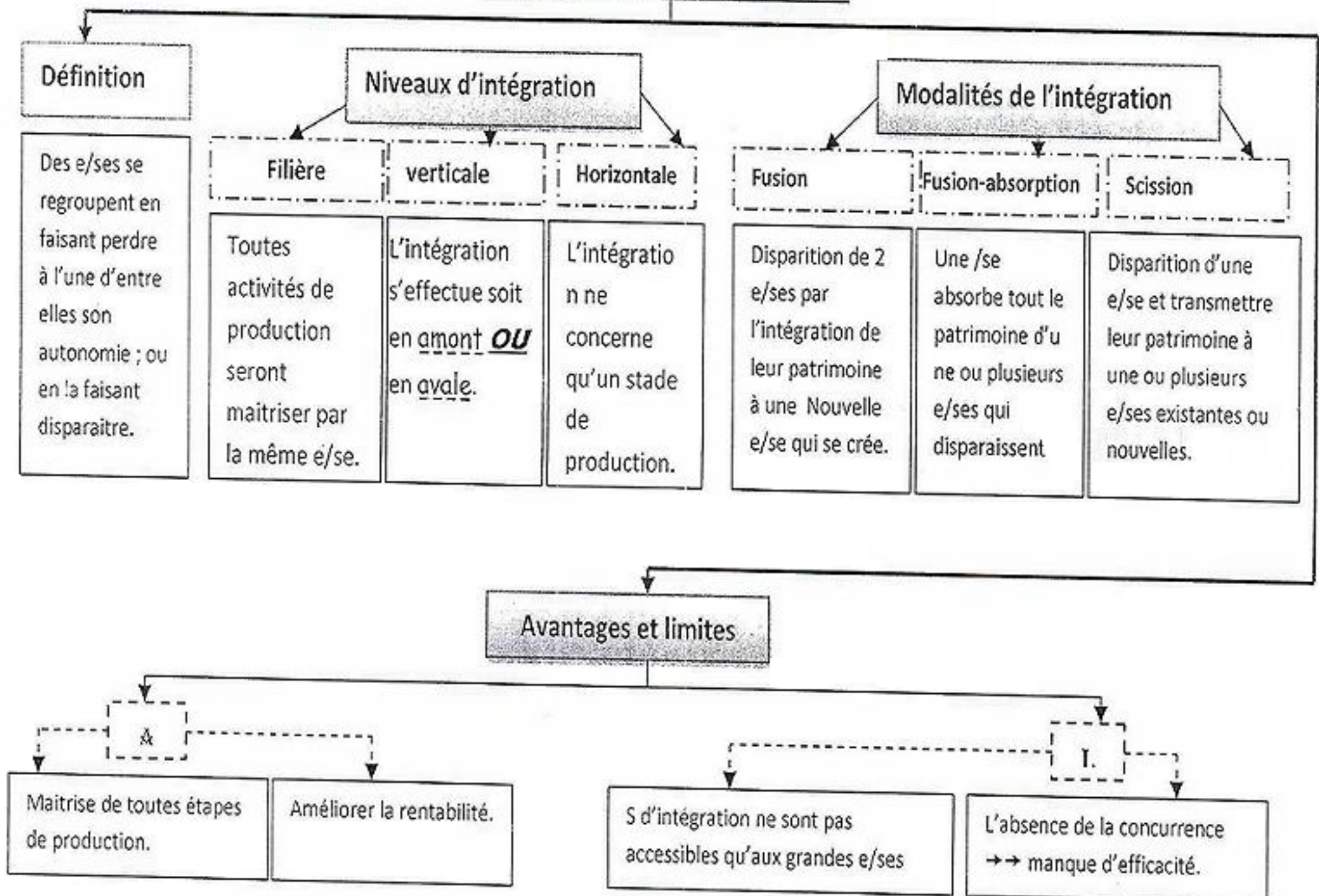
## 2. Stratégie de diversification :



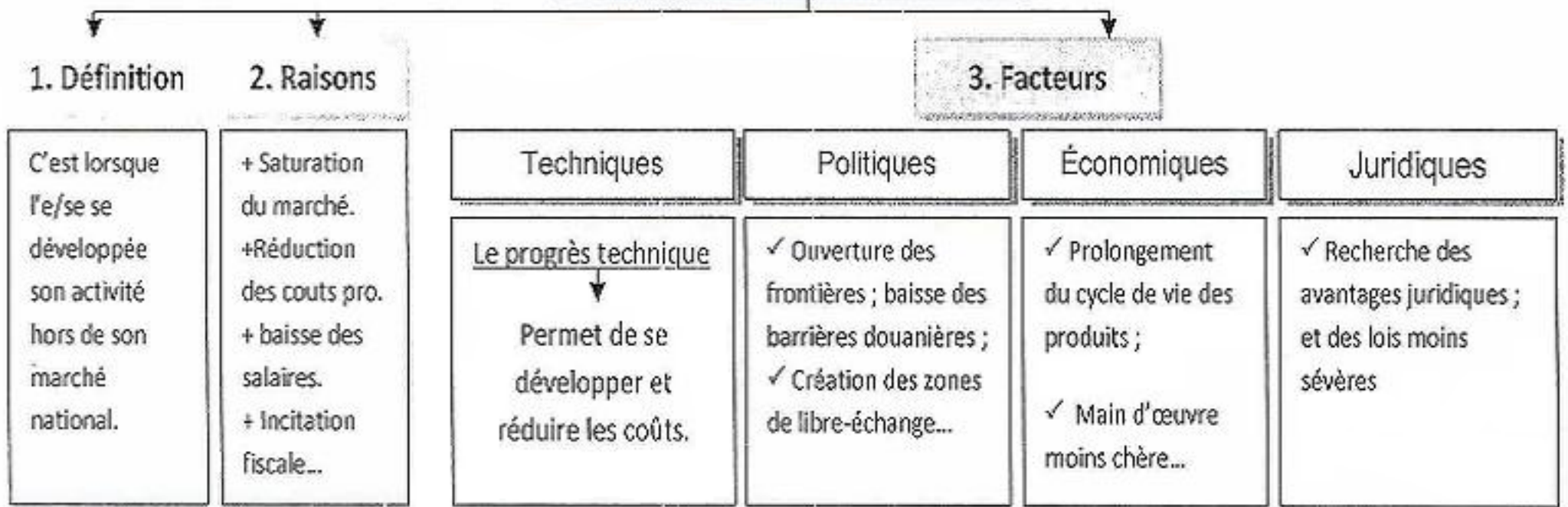
### 3. La stratégie d'impartition :



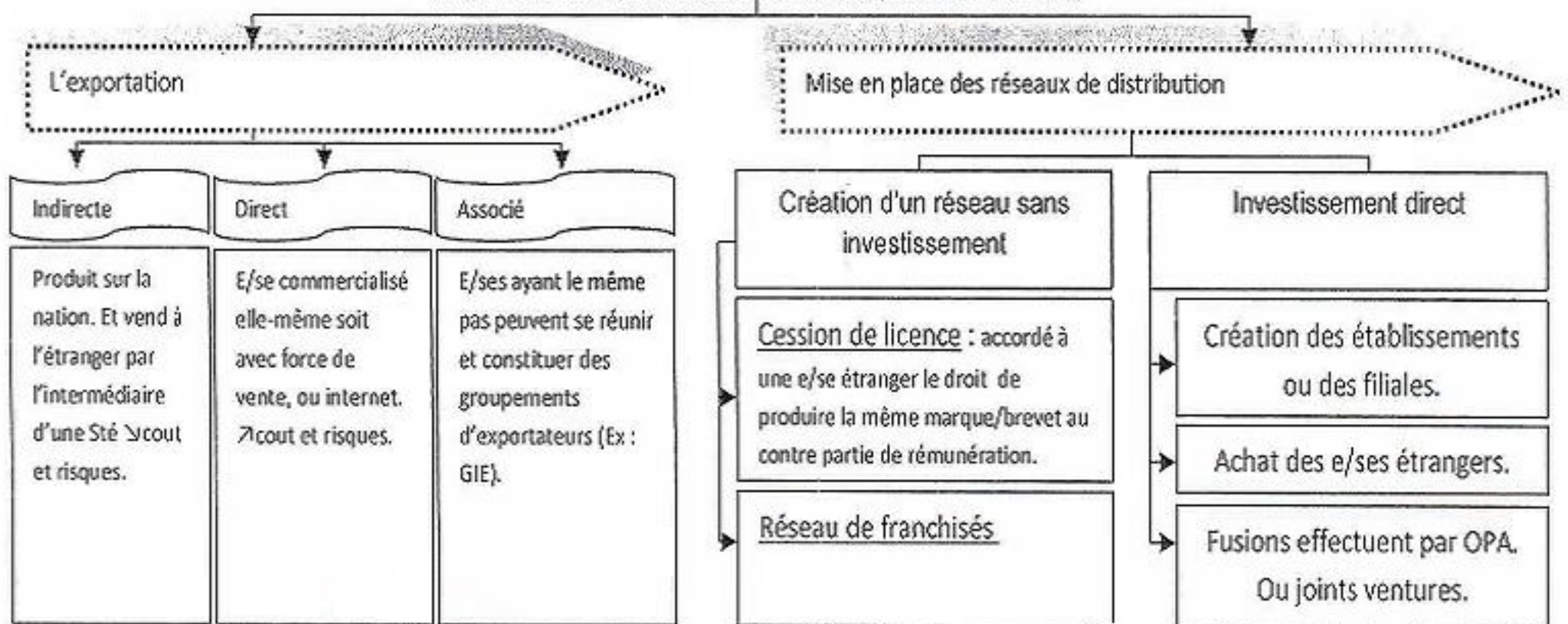
### 4. La stratégie d'intégration :



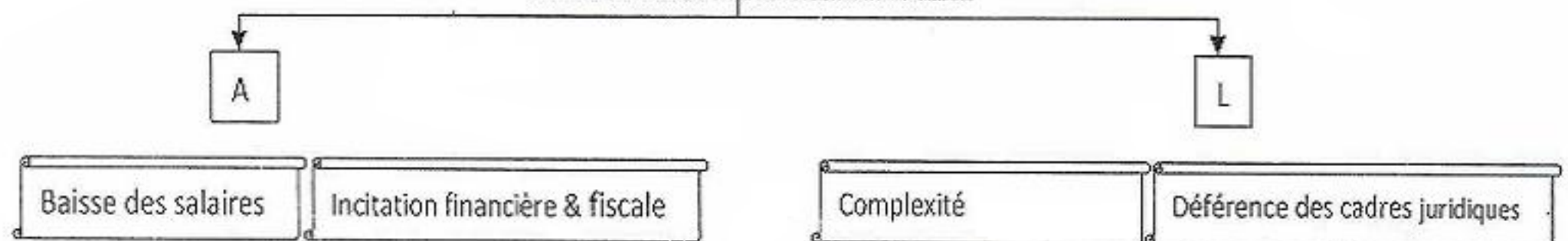
## 5. stratégie d'internationalisation :



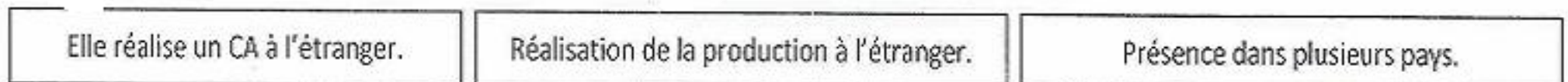
## 4. Processus ou voies de l'internationalisation



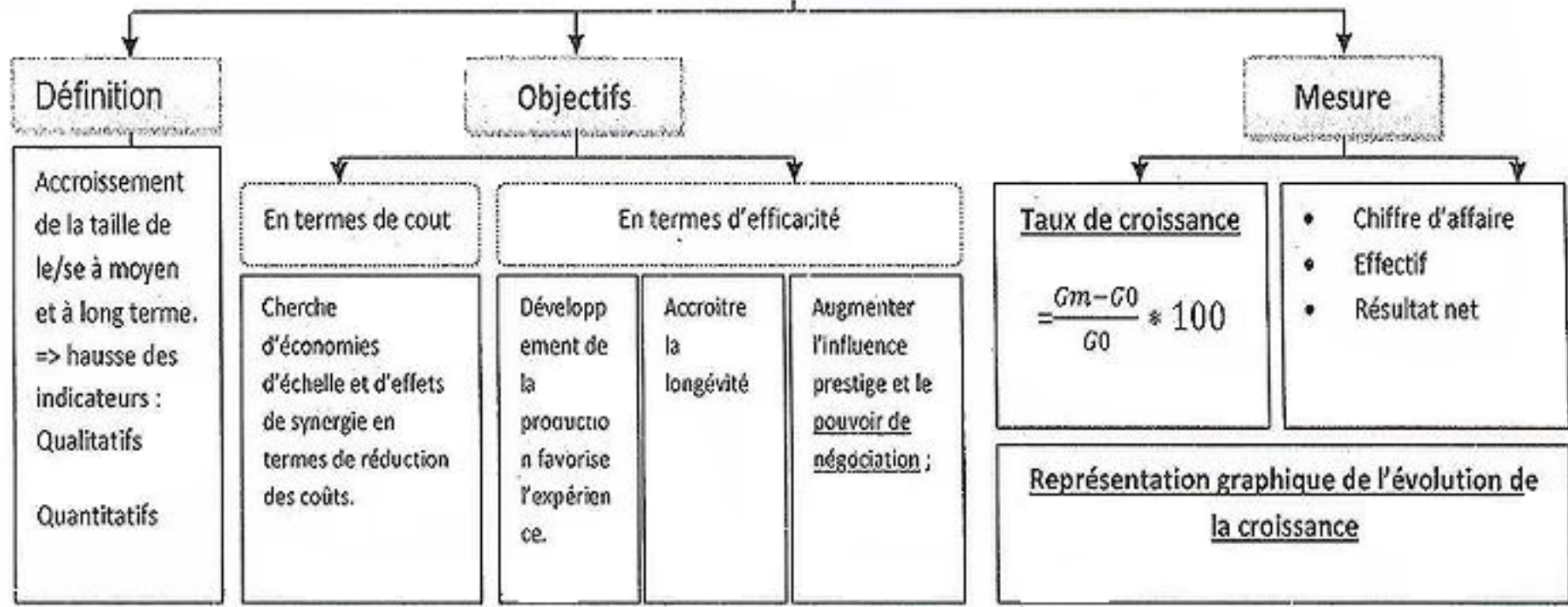
## 5. Avantages et limites



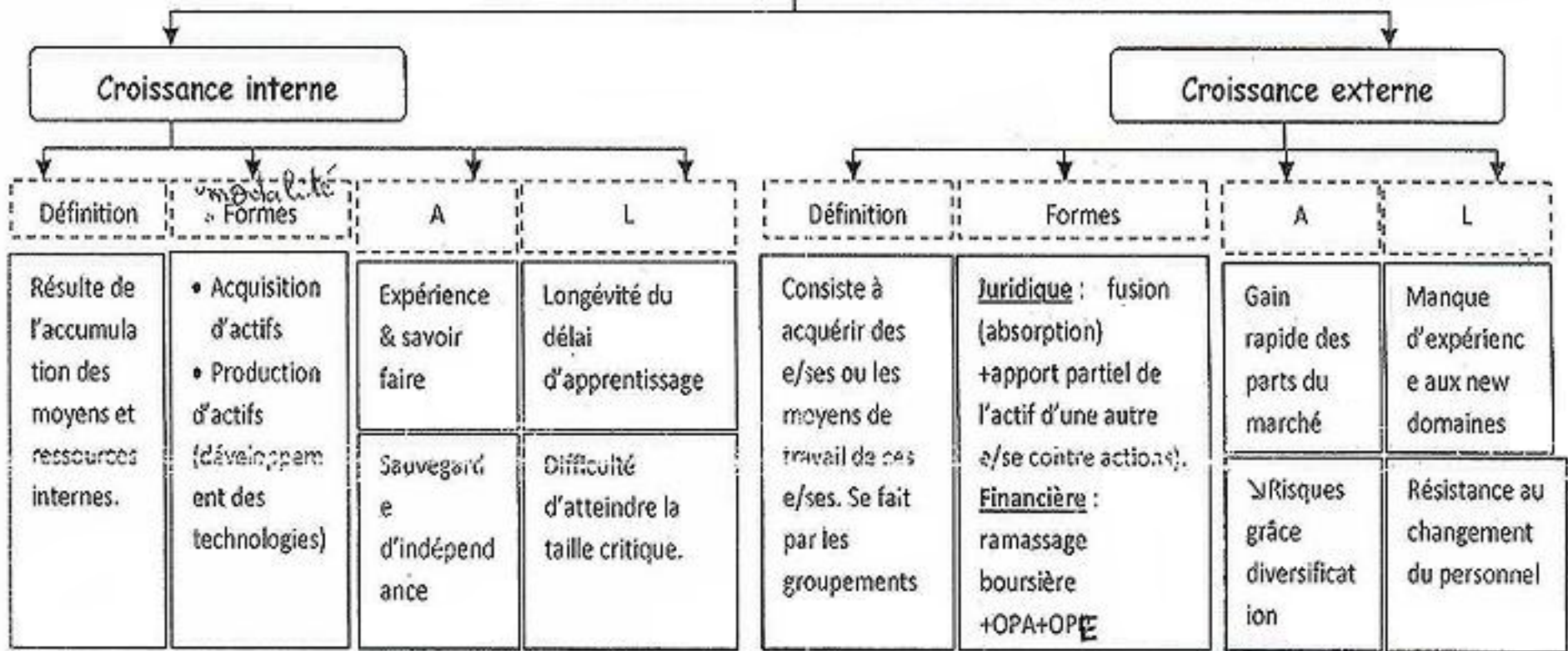
## 6. Une e/se dite est une firme multinationale, lorsque :



# 1. LA CROISSANCE :



## Modes de croissance



## La concentration des entreprises

