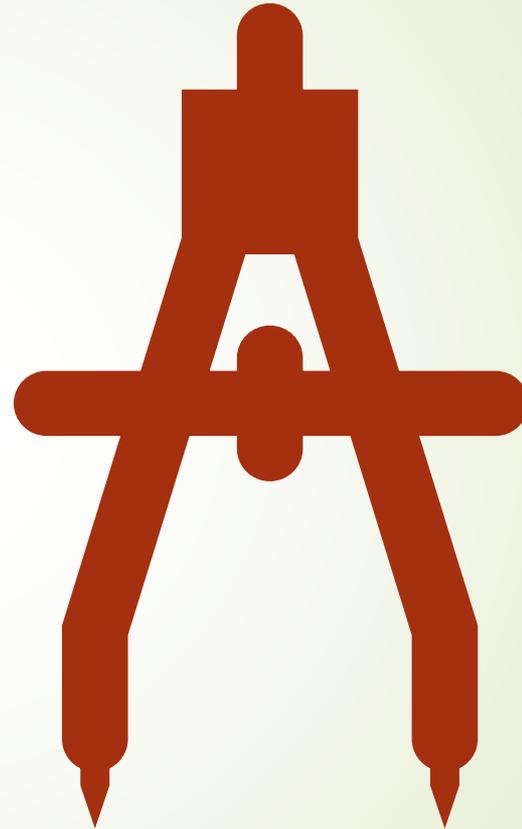


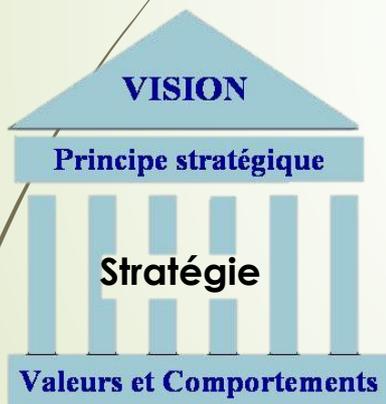
# Guide élémentaire pour définir et déployer une stratégie

Lucien Lemaire – Université Paul Cézanne – FEA

2005



# Toute organisation a une finalité qui s'incarne



**« Il n'y a pas de vent favorable pour celui qui ne sait où il va »**

**Une bonne vision:**

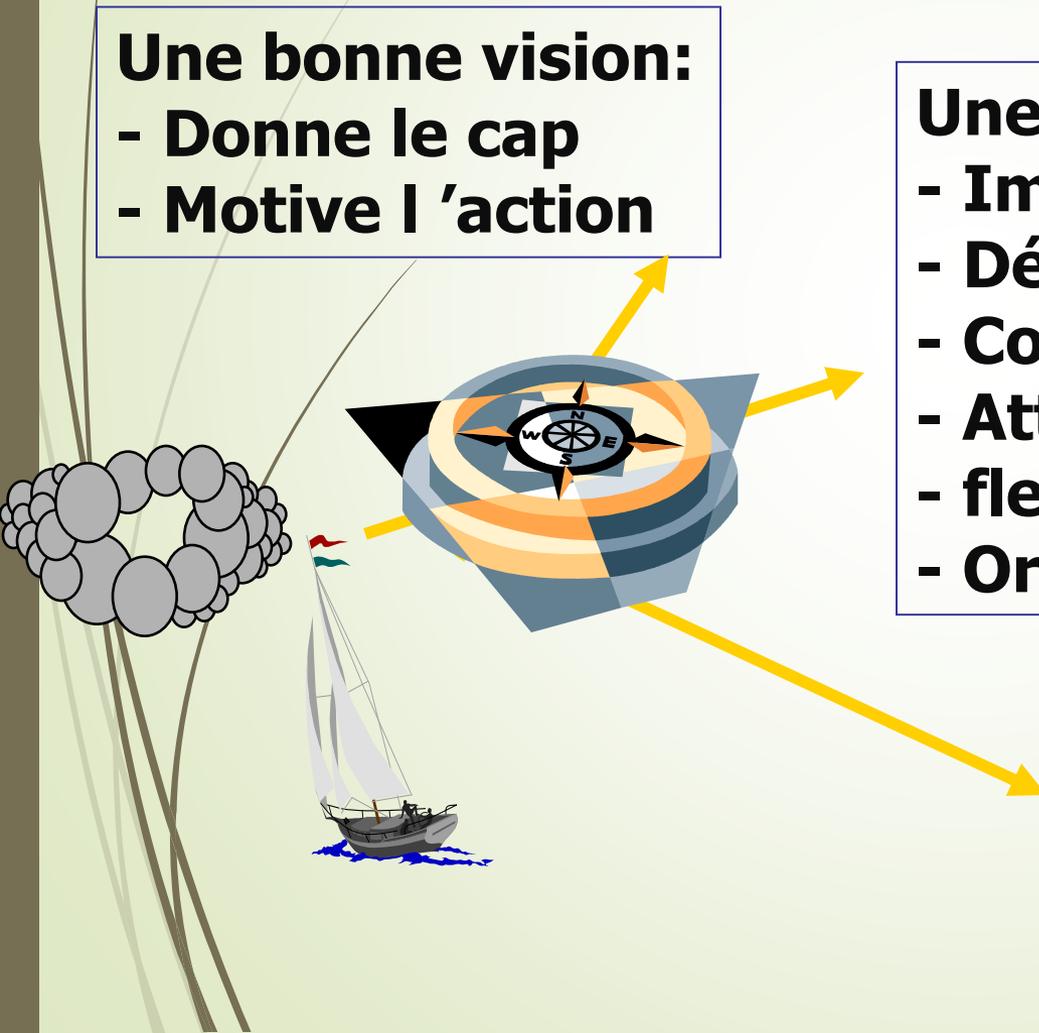
- Donne le cap
- Motive l'action

**Une vision efficace est:**

- Imaginable
- Désirable
- Convergente
- Atteignable
- flexible
- Orientée

**Une vision**

- se construit
- se partage

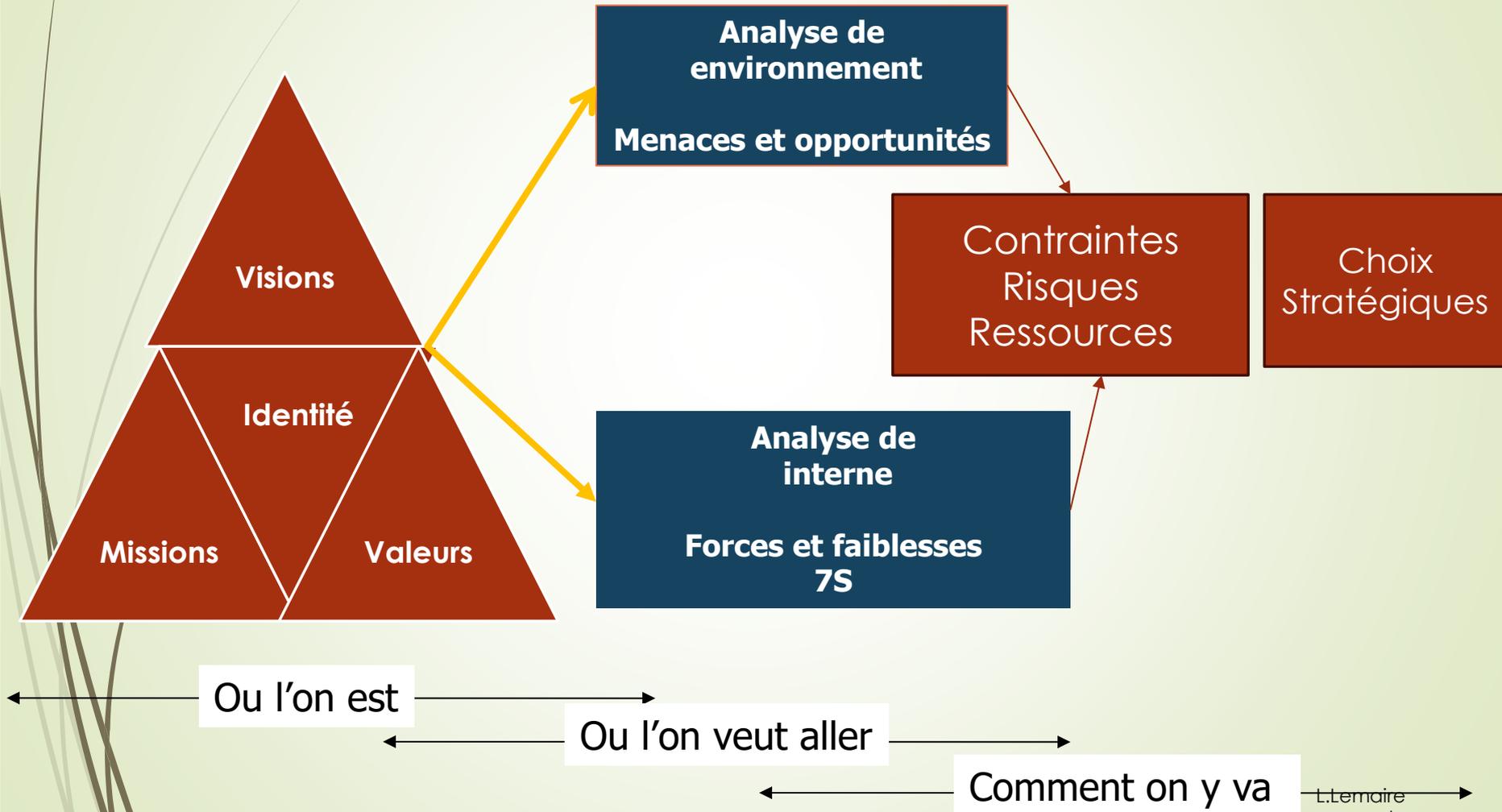


# Pour agir, il faut d'abord rêver: la vision

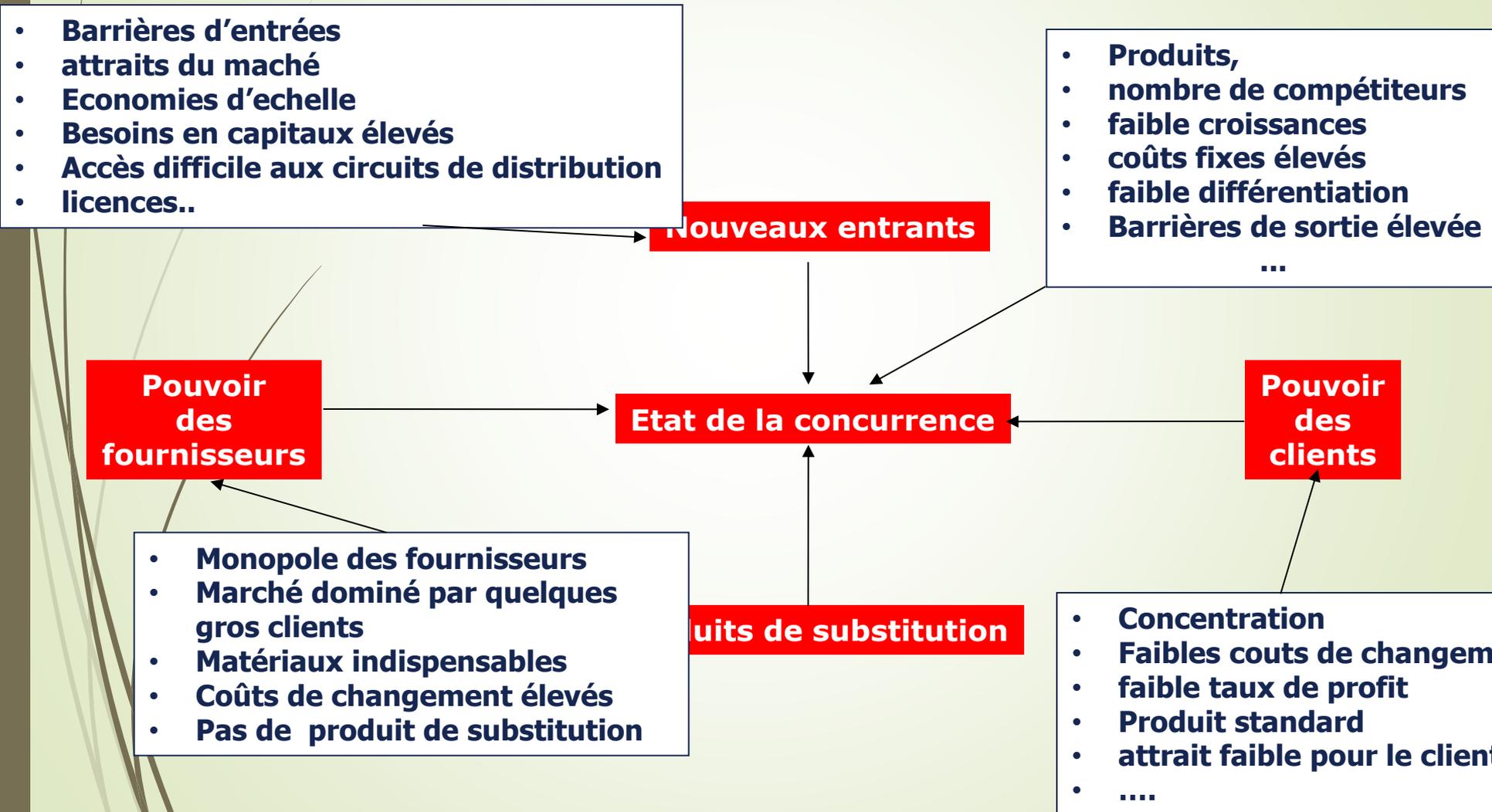
le générale: la vision



# Le positionnement stratégique: une démarche systématique et outillée



# Comprendre son environnement: les 5 forces de Porter



- **Barrières d'entrées**
- **attrait du marché**
- **Economies d'échelle**
- **Besoins en capitaux élevés**
- **Accès difficile aux circuits de distribution**
- **licences..**

**Nouveaux entrants**

- **Produits,**
- **nombre de compétiteurs**
- **faible croissance**
- **coûts fixes élevés**
- **faible différenciation**
- **Barrières de sortie élevée**
- **...**

**Pouvoir des fournisseurs**

**Etat de la concurrence**

**Pouvoir des clients**

- **Monopole des fournisseurs**
- **Marché dominé par quelques gros clients**
- **Matériaux indispensables**
- **Coûts de changement élevés**
- **Pas de produit de substitution**

**Produits de substitution**

- **Concentration**
- **Faibles coûts de changement**
- **faible taux de profit**
- **Produit standard**
- **attrait faible pour le client**
- **....**