

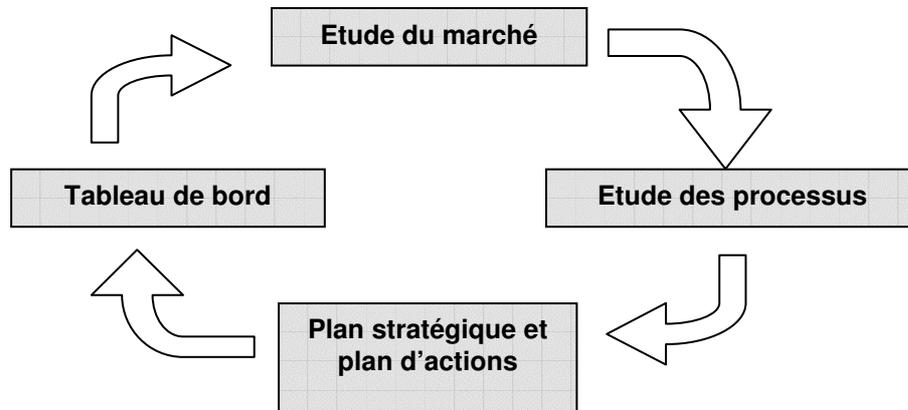
**LE MANAGEMENT STRATEGIQUE  
 LES POINTS CLES A GARDER EN MEMOIRE**

**Le Management stratégique**

Deux analyses incontournables et indissociables :

- L'analyse complète et objective du marché
- L'analyse des processus concernés

Selon le schéma suivant :



**La segmentation**

C'est à ce niveau que peuvent être estimées la position concurrentielle existante ou visée, et les adaptations nécessaires.

**La position concurrentielle**

Toute activité, pour se développer de façon pérenne, doit avoir une position concurrentielle favorable. L'avantage peut être le prix ou un facteur de différenciation nettement perçu par les clients, et difficile à attaquer par les concurrents. Vous devez choisir, par segment, l'un ou l'autre de ces deux avantages, et ce choix détermine l'organisation de l'entreprise pour l'exploiter dans la durée. C'est le cœur de votre stratégie.

Ci-dessus, schéma de la position concurrentielle :

**TYPES D'AVANTAGES CONCURRENTIELS**

		Différenciation	Prix
CIBLE VISEE	Globale	Différenciation Majeure	Domination par les coûts
	Segment	Création d'une niche	Bataille localisée sur les prix



RE-CRÉER

### **La prise en compte des contraintes**

La formulation du plan stratégique doit prendre en compte, sans les sous-estimer, les contraintes suivantes :

- Les objectifs des actionnaires
- Les limitations financières
- Les risques potentiels externes (réglementaires, santé des partenaires, etc.)

### **La formalisation du plan d'actions et du tableau de bord**

La formalisation du plan d'actions, la participation du personnel concerné et la mise en place d'un tableau de bord pour le suivi sont plus importantes que le contenu lui-même.

Cette tâche n'est pas seulement une contrainte, mais peut être une formidable occasion de dynamiser et de motiver des équipes.

### **Sans cesse sur le métier ...**

Le management stratégique doit être continu. Il s'agit d'un cycle. Il peut être annuel, ou plus rapide selon le domaine d'activité, mais l'état d'avancement des actions doit déboucher naturellement sur une révision des effets constatés au niveau de l'analyse du marché, et le cycle doit recommencer sans cesse.

### **Le management stratégique : la responsabilité première du chef d'entreprise**

Le management stratégique doit être une priorité majeure dans les tâches du chef d'entreprise. Ce dernier se préoccupe souvent de l'état de ses finances et de sa trésorerie. Mais, sur ces domaines, il est rarement seul (expert-comptable, par exemple). A l'inverse, personne n'impulsera à sa place la surveillance de la santé économique de sa société par la conduite du management stratégique. Il doit donc y veiller sans relâche lui-même.