



# CHAPITRE 4 - STRATÉGIE D'ENTREPRISE



# ***DÉFINITION DE LA STRATÉGIE :***

La stratégie est un terme utilisé dans le domaine militaire. il vient du **grec** “**stratos**” qui veut dire armée

La notion de stratégie est apparue dans l'entreprise dans les années 50

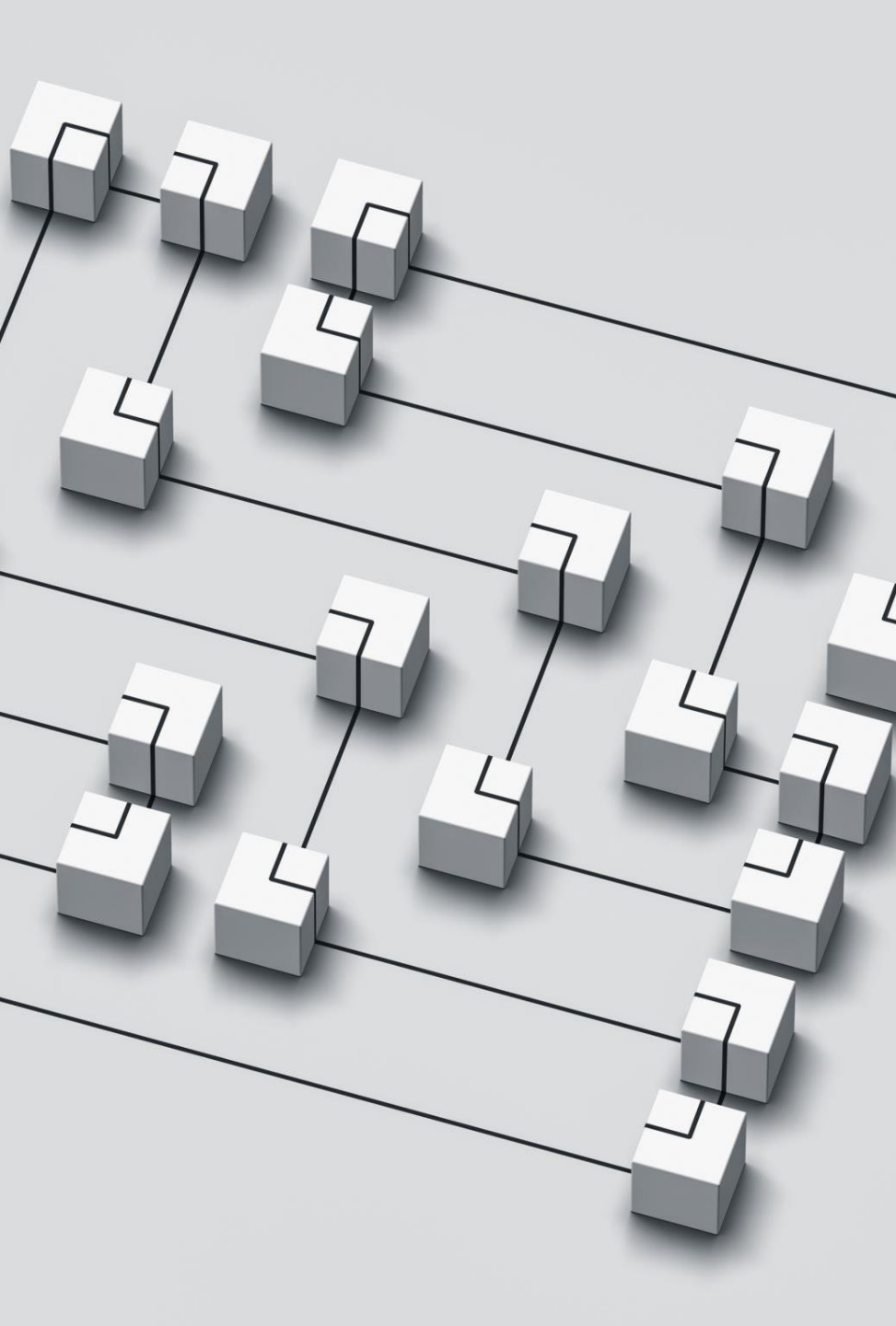
La stratégie consiste donc à déterminer les objectifs à moyen terme (3 à 5 ans),

Distinction entre: Politique générale, Stratégie et Tactique:

La **politique générale** est l'expression des buts généraux de l'entreprise. (Le long terme)

La **stratégie** matérialise les buts en fixant les objectifs à moyen terme nécessaires à la réalisation de la politique générale.

La **tactique** concerne les actions courantes à court terme permettant d'atteindre les objectifs.

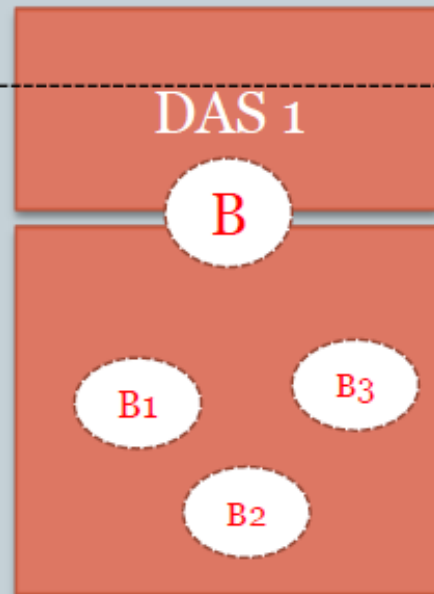


# DOMAINE D'ACTIVITÉ STRATÉGIQUE OU DAS

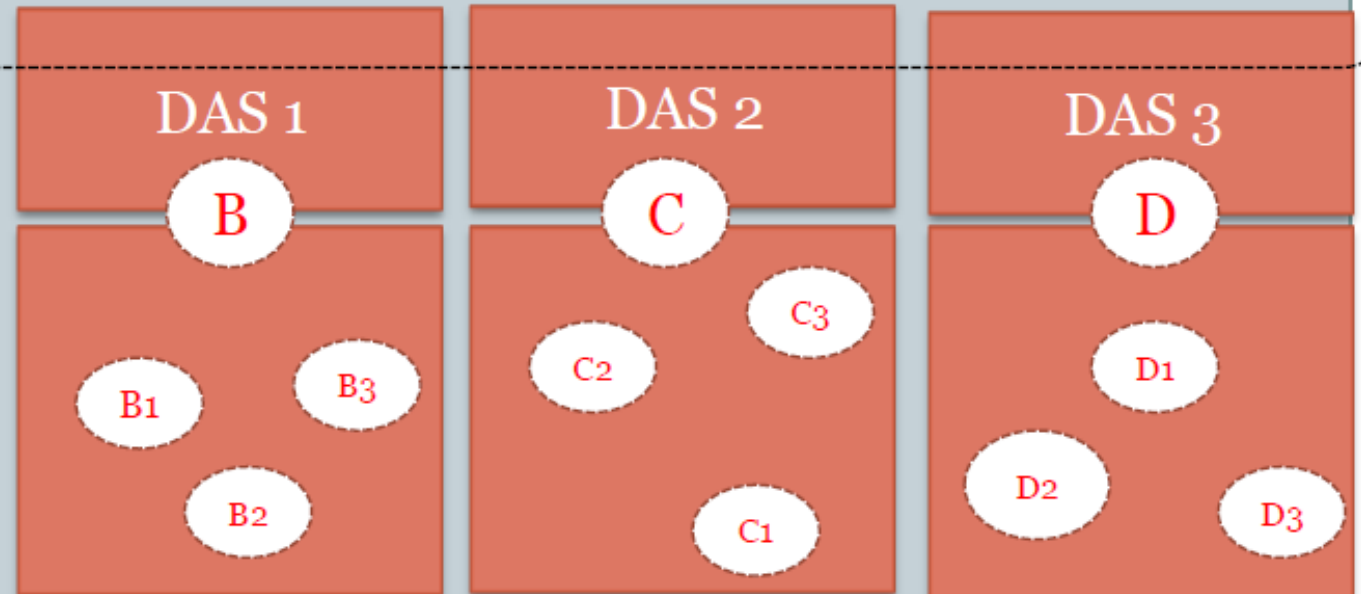
Est une sous-partie d'une organisation dédiée à un marché spécifique, confrontée à des conditions concurrentielles spécifiques, et qui doit déployer une stratégie concurrentielle particulière

L'entreprise est-elle présente sur 1 ou plusieurs domaines d'activités ?

PME  
Mono-Produit  
Mono-activité



ETI  
Avec 3 domaines d'activités



# Segmentation du groupe LVMH



## 5 DAS principaux

- **Mode & maroquinerie**

- **Louis vuitton** / Céline / Loewe / Berluti / Kenzo / **Givenchy** / Marc Jacobs / Fendi / StefanoBi / Emilio Pucci / Thomas Pink / Donna Karan / eLUXURY

- **Vins et spiritueux**

- Moët & Chandon / Dom Perignon / Veuve Clicquot / Krug / Mercier / Ruinart / Château d'Yquem / Hennessy / Belvédère / Chopin / Glenmorangie company / Domaine Chandon California / Bodegas Chandon / Domaine Chandon Australia / Cloudy Bay / Cape Mentelle / Newton / Terrazas de los Andes / Cheval des Andes / 10 cane / Wanjun Numanthia

- **Parfums & cosmétiques**

- **Parfums Christian Dior** / Guerlain / **Parfums Givenchy** / Kenzo Parfums / BeneFit Cosmetics Fresh / Make Up For Ever / Acqua di Parma / Perfumes Loewe

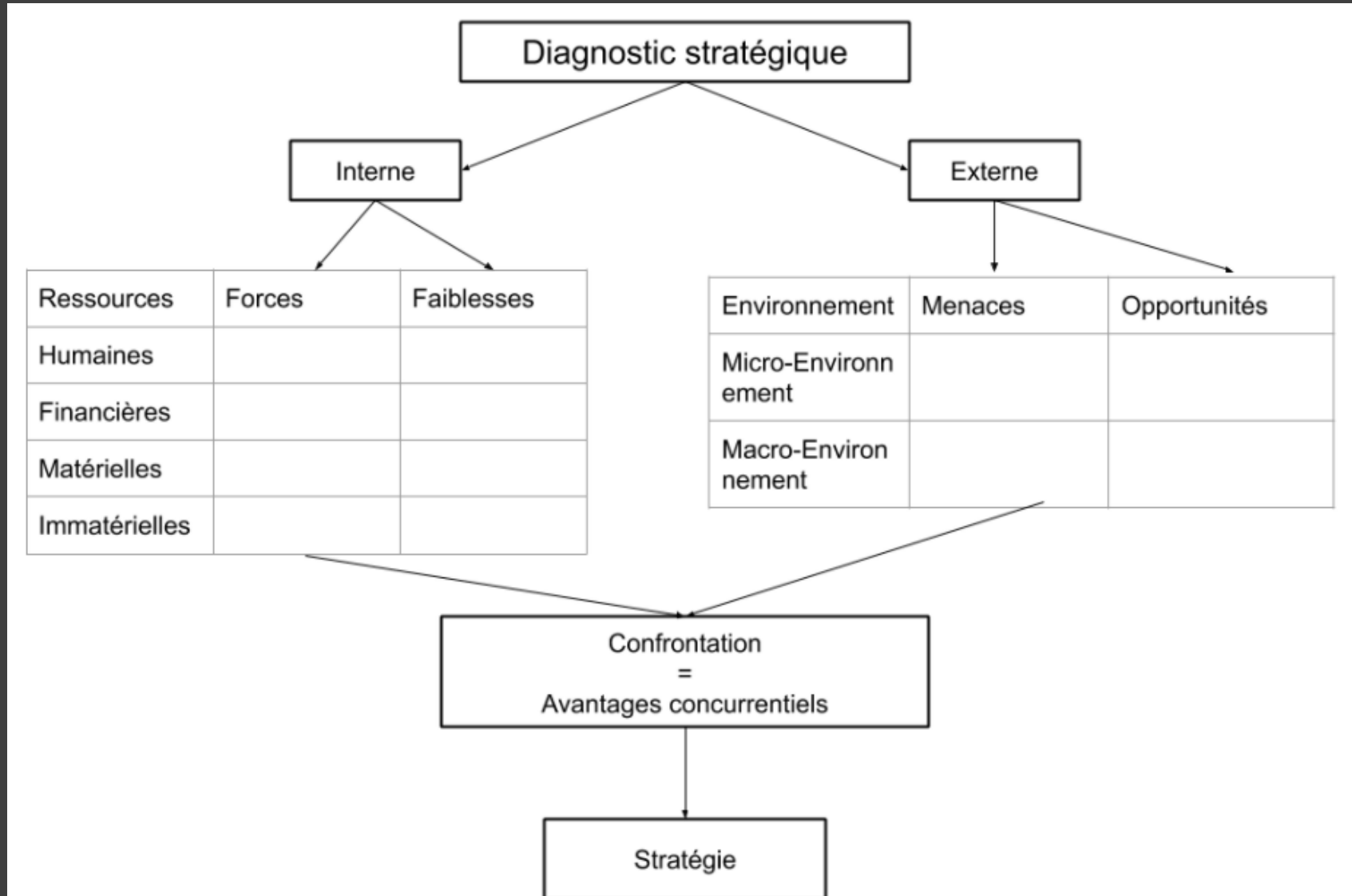
- **Montres & joaillerie**

- TAG Heuer / Zenith / Hublot / **Dior Montres** / FRED / Chaumet / De Beers

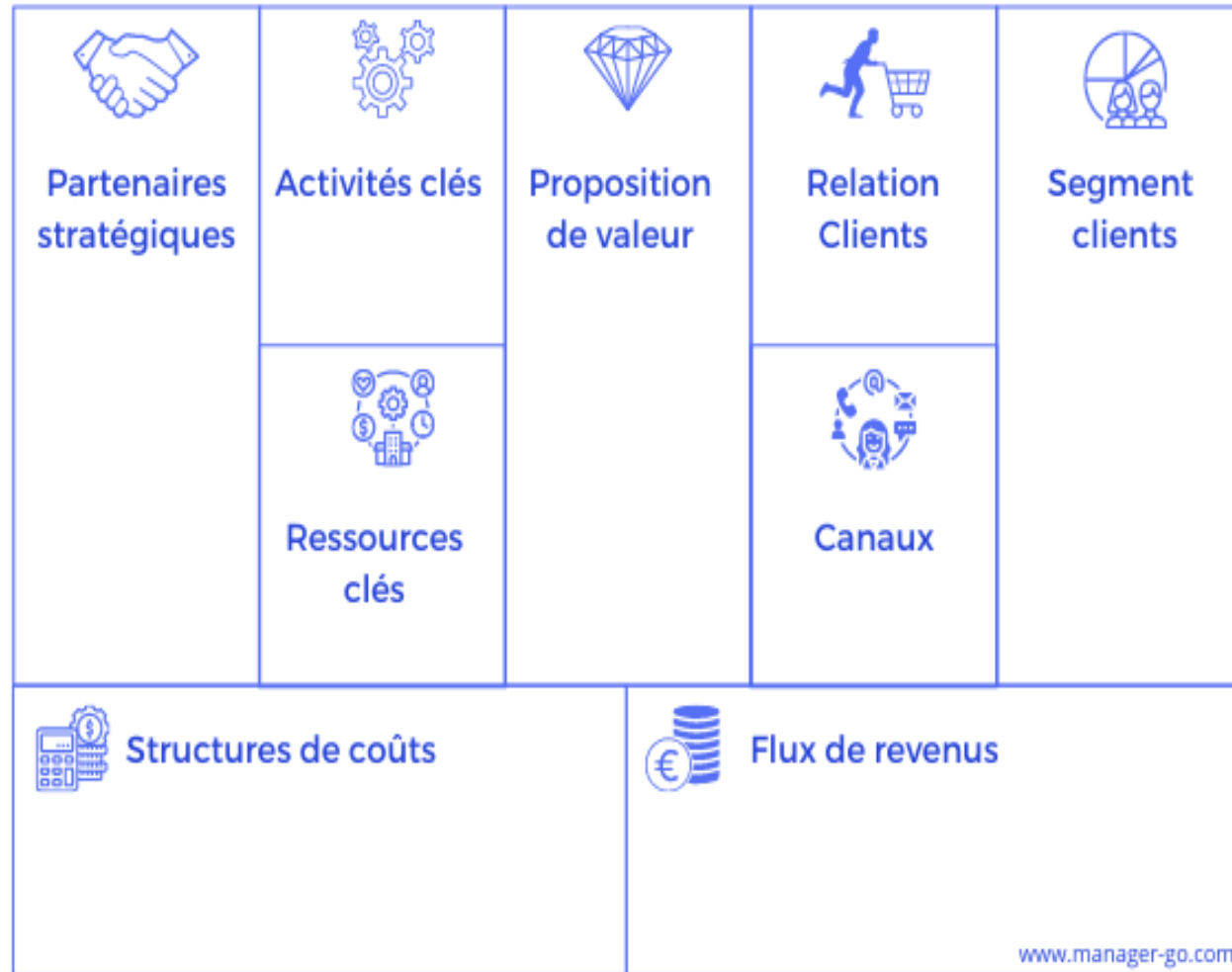
- **Distribution sélective**

- DFS group / Miami Cruiseline Services / Sephora / [Sephora.com](https://www.sephora.com) / Le bon marché / Samaritaine

# LE DIAGNOSTIC STRATÉGIQUE



# BUSINESS MODEL





<b>Partenaires clés</b>  Fournisseurs et partenaires clés grâce auquel le modèle fonctionne	<b>Activités clés</b>  Quelles activités / processus clés nos propositions de valeur exigent-elles ?	<b>Proposition de valeur</b>  Combinaison produits/services qui crée de la valeur pour un segment  Quelle valeur apportons nous ? Quels problèmes contribuons nous à résoudre ?, à quels besoins répondons nous ?	<b>Relation avec les clients</b>  Quel type de relation chacun de nos segments souhaite-t-il que nous entretenions avec lui ?	<b>Segments de clients</b>  Différents groupes d'individus ou d'organisations cibles  Pour qui créons nous de la valeur ?
	<b>Ressources clés</b>  Actifs les plus importants requis : Physique, humains, financiers,...		<b>Canaux</b>  Comment l'entreprise communique et entre en contact avec ses segments pour apporter une proposition de valeur	
<b>Structure des coûts</b>  Coûts inhérents au modèle économique Coûts les plus importants Ressources clés les plus coûteuses Activités clés les plus coûteuses			<b>Flux de revenus</b>  Revenus générés par chaque segment Pour quelle valeur nos clients sont ils disposés à payer ? Pourquoi et comment payent-ils, préfèrent-ils payer ?	



# BUSINESS MODEL CANVAS

Pour un consultant indépendant

**M** ODELESDE  
BUSINESSPLAN.COM

## PARTENAIRES

Directeur des  
ressources humaines

Responsables de  
département dans les  
entreprises

Chefs d'entreprises

Agences marketing

## ACTIVITÉS CLÉS

Vente de prestations  
de conseil

## RESSOURCES CLÉS

Employés  
Réseau de partenaires

## PROPOSITION DE VALEUR

Un accompagnement  
complet. Des solutions  
innovantes. Des  
missions axées sur la  
performance.

## RELATION CLIENTS

Réseaux Sociaux  
Face à Face  
Blog  
Téléphone et emails

## DISTRIBUTION

En ligne  
Dans les entreprises  
Au cabinet

## SEGMENTS DE MARCHÉ

Startup

PME

Corporate

**M** ODELESDE  
BUSINESSPLAN.COM

## STRUCTURE DE COÛTS

Matériel informatique  
Dépenses administratives classiques  
Marketing et communication

## SOURCES DE REVENU ET MODÈLE DE PRICING

Vente de prestations de conseil, sur devis

**M** ODELESDE  
BUSINESSPLAN.COM