

Chapitre 8 : les stratégies de domaines d'activités

	<u>Dominance par les coûts</u>	<u>Différentiation</u>	<u>Focalisation</u>
<u>Définition</u>	Cette stratégie consiste à obtenir des coûts unitaires plus faibles que la concurrence, de manière à proposer des prix de vente plus faibles que celle dernière et augmenter ses parts de marché	Elle permet à l'entreprise de se distinguer de ses concurrents en proposant une offre ayant des caractéristiques distinctives et appréciées par les clients	Elle consiste pour une entreprise à se concentrer sur un segment de clientèle ou une offre particulière, de manière à éviter la confrontation de concurrence. On l'appelle également une stratégie de niche
<u>Modalités</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En réalisant des économies d'échelle (production en grande quantité qui fait diminuer le coût unitaire)</li> <li>- Par effet d'expérience (qui permet l'augmentation de la productivité)</li> <li>- En optimisant l'organisation (rationaliser la chaîne de création de valeur, par élimination des pertes de temps, de gaspillage...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Une différenciation par le haut (c'est-à-dire une offre ayant une forte valeur ajoutée comme la marque, le conditionnement, le canal de distribution...)</li> <li>- Une offre à bas prix comme le cas du hard discount ou les low cost.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Focalisation sur une clientèle particulière (ex: enfants, ...)</li> <li>- Focalisation sur un produit</li> <li>- Focalisation sur une zone géographique</li> </ul>
<u>Avantages</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En pratiquant des prix faibles tout en restant rentable, l'entreprise peut augmenter ses parts de marché et son chiffre</li> <li>- Elle peut éliminer du marché les concurrents qui ne peuvent s'aligner durablement sur ses prix</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elle améliore la fidélité des clients ; l'entreprise va bénéficier de l'effet d'attraction de la clientèle.</li> <li>- Elle limite la concurrence lorsque l'entreprise propose une offre innovante brevetée</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elle peut limiter l'intensité de la concurrence du fait de la faible attractivité du marché</li> <li>- Elle se traduit généralement par un investissement limité</li> <li>- La communication sera simple grâce à la faiblesse de la clientèle ou à l'étroitesse du marché...</li> </ul>