

19/03

Management

Chapitre 8 : les stratégies de domaines d'activités

	<u>Dominance par les coûts</u>	<u>Différenciation</u>	<u>Focalisation</u>
<u>Avantages</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pratiquer des prix faibles peut constituer une barrière à l'entrée de nouvelles entreprises...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elle donne souvent à l'entreprise la possibilité de fixer des prix plus élevés et permet la communication...</li> </ul>	
<u>Risques</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les concurrents peuvent faire de même, c'est-à-dire réduire leurs coûts, ce qui annule les efforts de l'entreprise et qui peut mener à une guerre des prix</li> <li>- Le prix est souvent lié à la qualité et donc les clients peuvent se détourner à cause d'une mauvaise qualité perçue</li> <li>- La baisse des coûts n'est pas forcément liée à la baisse des prix car elle peut maintenir ces prix pour accroître les marges</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Il faut que les offres soient réelles et appréciées des clients</li> <li>- Il faut que le prix soit rentable et défendable face aux clients</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Risque de dépendance vis-à-vis de la clientèle ciblée</li> <li>- Le segment même étroit peut attirer des concurrents s'il est rentable</li> </ul>