Mission 2

2.2 Analyser les stratégies globales et de domaine choisies par l’entreprise DOMUSPRO.

Les stratégies globales concernent l’entreprise et se distingue notamment en spécialisation, la diversification, l’intégration et l’externalisation. Tandis que les stratégies de domaine d’après Porter sont la domination par les coûts, la différenciation et la focalisation.

Concernant la stratégie globale, DOMUSPRO a choisi la diversification notamment en proposant une large gamme de services d’aide à la personne avec l’intervention auprès des personnes fragiles, l’utilisation des nouvelles technologies pour les personnes dépendantes.

Quant à la stratégie de domaine choisie par l’entreprise, il s’agit de la différenciation. Notamment à l’aide de leur réseau d’agence, DOMUSPRO se différencie de ses concurrents numériques qui ne possèdent pas de locaux. Ils sont ainsi au plus proche des clients et des professionnels de santé.

2.3 Analyser la pertinence de ces choix stratégiques dans le contexte du développement des plateformes numériques dans le secteur des services à la personne.

Ces choix stratégiques permettent à DOMUSPRO d’être au plus proche des prospects qualifiés notamment avec la visibilité qu’il possède sur internet mais également avec leurs agences physiques. Ils ont ainsi la possibilité de former les intervenants à de nouvelles techniques ainsi qu’aux nouvelles technologies ce qui leur procure un avantage concurrentiel face aux plateformes numériques qui n’offrent pas de formation aux professionnels disponibles sur leur plateforme. De plus en ayant une large gamme d’offres d’aides à la personne ainsi que leur grand nombre d’agences physique ils ont la possibilité d’élargir leur clientèle ainsi que par rapport à ceux qui ne sont pas très à l’aise avec l’utilisation des navigateurs leur réseau physique est un plus. Ainsi ces choix stratégiques pourront permettre à DOMUSPRO de se placer comme un des leaders du secteur.