Chap 11 : Les stratégies de domaine.

L’entreprise choise la stratégies qu’elle va mener sur chacun de ses domaine afin de conserver un avantage concurentiel.

3 strat :

* Focalisation
* Différenciation
* Domination par les coûts

1. La stratégie de domination

A/ Définition

C’est une stratégie qui consiste pour l’entreprise pour l’entreprise à obtenir des coût plus faible. Proposer un produit comparable a un prix de vente inférieur.

B/ La mise en oeuvre de la domination par les coûts

1. Grace aux économie d’échelle

La domination par les coûts est souvent associée en augmentant les quantité produites. On diminue les coût fixes unitaires. Cette recherche d’économie d’échelle pousse les entreprise à augmenter leur taille pour atteindre leur taille critique.

1. Grace à l ‘effet d’expérience

L’expérience engendre des mécanismes et des savoir faire qui permettent de déjouer certain piège et d’acquérir plus de dextérité.

1. Grace à une politique active de réduction de tous les coûts

Lesactivité lesmoins rentable sont externalisé. Pour réduire les coûts salariaux, l’entreprise peut délocaliser

1. La stratégie de différenciation

A/ Définition

B/ Les avantages

C/ risque

1. La stratégie de focalisation

A/ Définition

Elle permet d’eviter la concurence des grandes entreprises, de bien connaitre les attentes des clients. Moins risqué. Elle renforce l’image de marque de l’entreprise. Elle rend l’entreprise dépandant d’un segment trop étroit et qui peut s’effondrer.