

# Management des SI et Valeur : une question de stratégie et d'organisation

---

Introduction au Management des  
Systèmes d'Information



---

Introduction

# **À LA RECHERCHE DE L'AVANTAGE CONCURRENTIEL POUR APPORTER DE LA VALEUR AU CLIENT**

BUT INFORMATIQUE - Introduction  
au Management des SI - R3-10



# Définition de la notion de stratégie

---

## Définition de Raymond-Alain Thiétart :

« La stratégie est le projet de la direction générale en vue de positionner l'organisation au sein de l'environnement économique et social, de déterminer les objectifs suivis, et enfin d'affecter ses ressources en vue de son développement ».



# Origine de l'avantage concurrentiel

---

- Une question de RESSOURCES et de COMPETENCES
- Par la gestion du Système d'information
- Difficilement imitable par les concurrents...

=> Se connaître et connaître l'environnement, ou la question du diagnostic stratégique- (SWOT)



## *Rappel : matrice Swot*

---

# SWOT Analysis

		<i>External</i>	
		Opportunities	Threats
<i>Internal</i>	Strengths	How do you leverage your strengths to benefit from opportunities?	How do you use your strengths to minimize the impact of threats?
	Weaknesses	How do you ensure your weaknesses will not stop you from opportunities?	How will you fix weaknesses that can make threats have a real impact?



# L'exemple de Mac-Kesson, distributeur de produits auprès des pharmacies

---


**Effet du changement le processus de gestion des  
stocks dans les pharmacies: un avantage  
concurrentiel décisif**

+ 424% CA en 12 ans (soit 5 fois plus que les dépenses courantes) grâce à

- en interne : réduction de ses propres coûts (par exemple, le nombre d'employés à l'entrée des commandes est passé de 750 à 15)

- en externe : apport de valeur auprès des clients pharmaciens

- réduction de leurs coûts de transaction
  - meilleure qualité de service (délais plus courts, moins d'erreurs...)




# Les options stratégiques selon Porter selon les types d'avantage concurrentiel

---

- L'avantage concurrentiel vient du prix de vente moins élevé que chez les concurrents
- L'avantage concurrentiel vient de la qualité/ d'un élément en plus que les concurrents

⇒ **PLUSIEURS OPTIONS STRATEGIQUES**



# Les options stratégiques selon Porter selon les types d'avantage concurrentiel

---

A. Les stratégies de domination par les coûts

produire à des coûts durablement plus faibles que les concurrents

B. Les stratégies de différenciation  
offrir des produits ou des services différents de ceux des concurrents

C. La stratégie de focalisation ou de niche





---

# CONNAÎTRE L'ENVIRONNEMENT

BUT INFORMATIQUE - Introduction  
au Management des SI - R3-10

# Connaître le macro environnement

---



BUT INFORMATIQUE - Introduction  
au Management des SI - R3-10



# Connaître le micro environnement

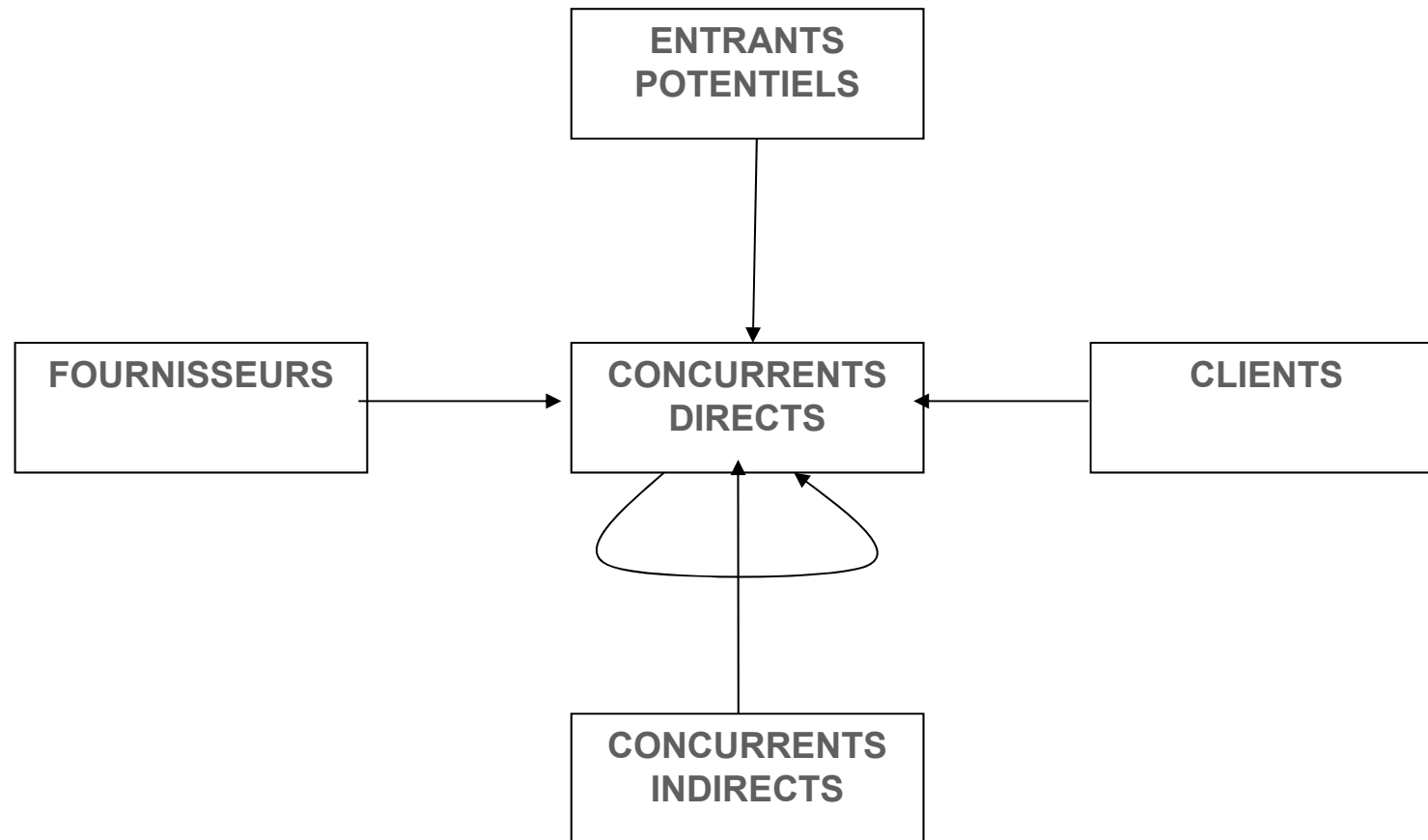
---

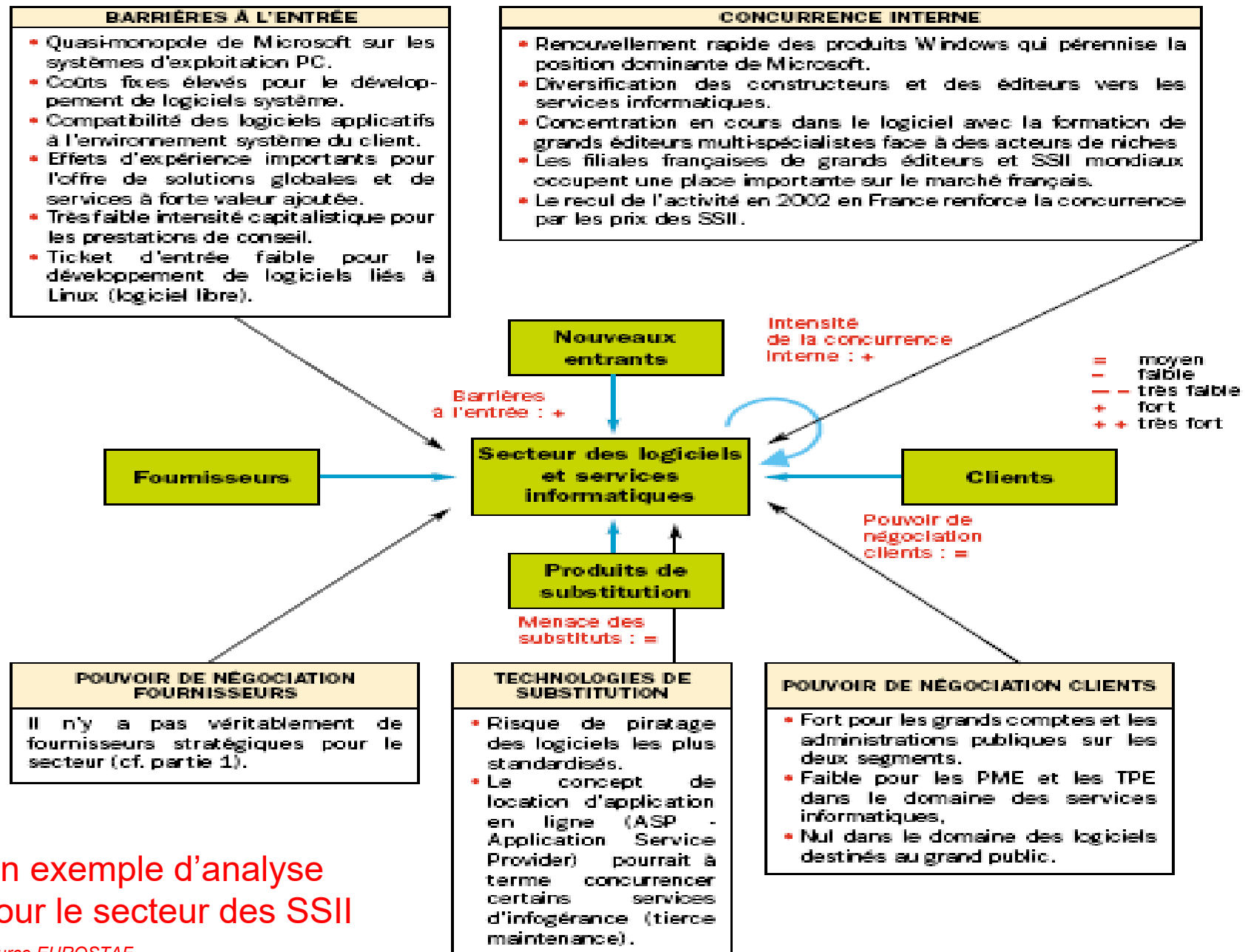
- Diagnostic concurrentiel : les 5 forces de Porter

## **OPPORTUNITES ET MENACES ?**

# *Rappel : Analyse des forces concurrentielles de PORTER*

---





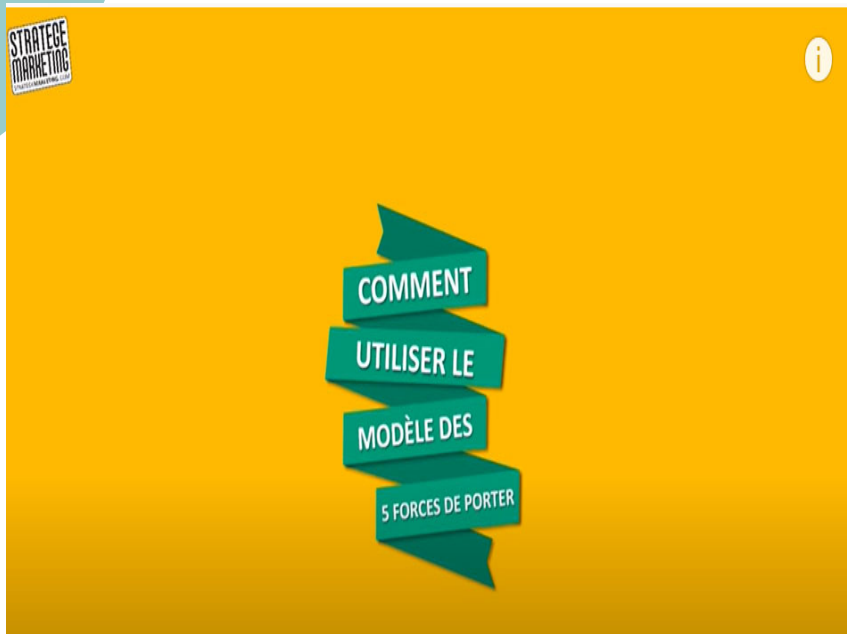
Un exemple d'analyse  
pour le secteur des SSII

Source EUROSTAF

# Facultatif : Pour aller plus loin

---

- <https://www.youtube.com/watch?v=C49IzjjNgtY&list=PLiIgrDwQ180-2XXIYrd9Y0PvJbXuUg-Oy&index=4>





---

# SE CONNAÎTRE

BUT INFORMATIQUE - Introduction  
au Management des SI - R3-10



# Se connaître : La chaîne de valeur de Porter

---

- Objectif : être meilleur que ses concurrents
- D'où vient l'avantage compétitif ?
- Quelles ressources contribuent à la création de valeur ?
  - <https://www.youtube.com/watch?v=ZK9vMIYbgqo>

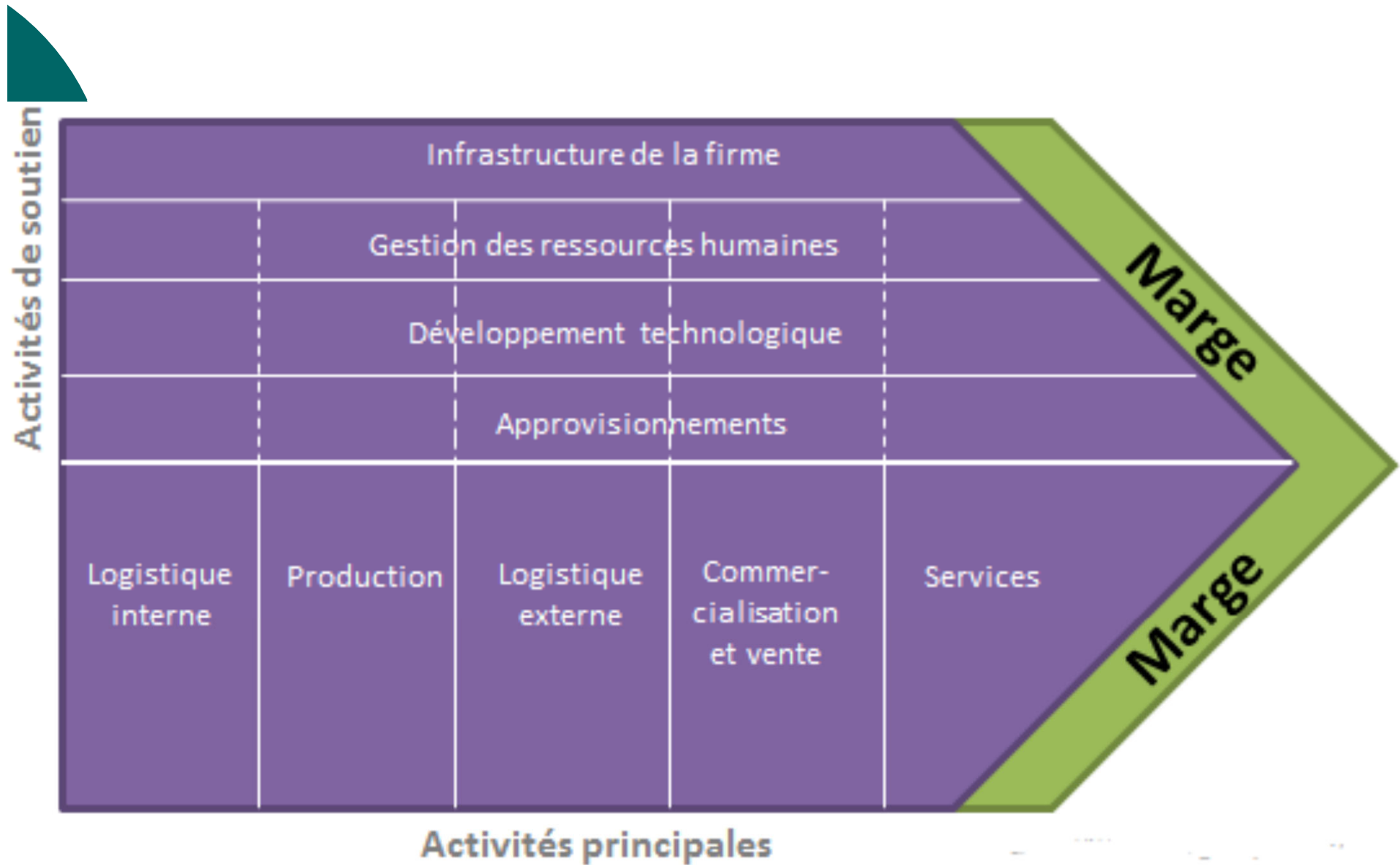
## **FORCES ET FAIBLESSES ?**



# Internaliser/ maîtriser Les activités génératrices de valeur

---







# Exemple d'application : le cas Benetton

---

- Etude de cas Benetton sur la chaîne de valeur (vidéo 7 minutes)

<https://www.youtube.com/watch?v=F4Tn6Io5zn4>



# Synthèse

---

- Synthèse : Vidéo (2'01) – Une chaîne de valeur, c'est quoi ?
  - <https://www.youtube.com/watch?v=WMKuyxJm8DE>
- Pour réviser avec un exemple  
<https://w.youtube.com/watch?v=N RrDIQa1FrU>



---

# DÉCIDER : QUEL SI POUR QUELLE STRATÉGIE ?

BUT INFORMATIQUE - Introduction  
au Management des SI - R3-10



# La place des SI dans la stratégie

---

- Aligner SI et Stratégie : les SI au service de la stratégie, délibérée
  - pour dominer par les coûts ou apporter un service de qualité différenciant difficilement imitable
- les SI comme source d'innovation et de renouveau stratégique : CRM, digitalisation et ubérisation
  - Les SI à la croisée des technologies et des informations pour inventer et

innover



---

# **ORGANISER LE SI POUR SOUTENIR LA STRATÉGIE : QUELS PROCESSUS ?**

BUT INFORMATIQUE - Introduction  
au Management des SI - R3-10