# Gestion

## Le modèle des 5(+1) forces de la concurrence (Porter)

* Menace entrants, Menace substituts, Pourvoir négociation clients, Pouvoir négociation fournisseurs, Intensité concurrentielle, Rôle pouvoirs publics

Objectifs :

* **Evaluer l’attractivité d’une industrie**
* Identifier les sources de concurrence
* Élaborer des stratégies pour obtenir un avantage concurrentiel
* Évaluer le potentiel d’entrée sur un nouveau marché
* Prendre des décisions d’investissement

Exemple Burger King :

* Intensité concurrentielle : grandes enseignes, supermarchés de proximité ++
* Menace entrants : réputation, financement faible, facilité d’installation +/-
* Menace substituts : plats cuisinés, sandwichs, salades, ø coût transfert ++
* Pouvoirs publics : Règlementation, diffusions de normes +/-
* Pouvoir négociation clients : mobilité ++
* Pouvoir négociation fournisseurs : nombreux fournisseurs, peu de fournisseurs dépend du cahier des charges +/-

Facteur clé de succès -> Elément qui permet de réussir dans l’activité

Savoir-faire X Technologie = compétences fondamentales

L’approche Océan bleu -> Peu de concurrence, marché de niche

## VRIO = Valeur, Rareté, Inimitabilité, Organisation (Avantage concurrentiel)

Exemple Burger King :

* Valeur : Qualité, marque reconnue, saveur, unicité
* Rareté : Réputation +//- rare
* Inimitabilité : Qualité et complexité des produits pour une restauration rapide
* Organisation : gérer une chaîne mondiale de restauration rapide, former son personnel, maintenir des normes de qualités élevées.

## En guise de synthèse : SWOT

#### Ce qu’on sait faire (Interne)

Strengths : avantages internes de l’entité, tels que ses ressources, ses compétences, sa réputation …

Weaknesses : les points faibles internes, comme des lacunes en termes de ressources …

#### Ce qu’il faut faire (Externe)

Opportunities : facteurs externes favorables qui peuvent être exploités pour atteindre les objectifs de l'entité.

Threats : facteurs externes qui pourraient entraver le succès de l'entité, tels que la concurrence …

## PESTEL (Vision macro de l’environnement)

1. **Politique** : Il s'agit des facteurs liés à l'environnement politique, tels que les lois, les réglementations, les politiques gouvernementales …
2. **Économique** : Cette catégorie englobe les aspects économiques tels que les taux de change, l'inflation, le chômage, la croissance économique …
3. **Socioculturel** : Elle concerne les tendances culturelles, sociales et démographiques qui peuvent influencer le comportement des consommateurs, les préférences …
4. **Technologique** : Les facteurs technologiques couvrent les avancées technologiques, l'innovation, les brevets, les taux d'adoption de la technologie, l'obsolescence …
5. **Environnemental** : Cette catégorie englobe les considérations environnementales telles que les réglementations environnementales, la durabilité, le changement climatique …
6. **Légal** : Les facteurs juridiques comprennent les lois et les réglementations spécifiques à l'industrie ou au secteur, les litiges, les normes de conformité, les brevets, les contrats …

## RH (Healthy organizations)

**Modèles JDR Karasek :**

1. Demande psychologique (ou charge de travail)
2. Contrôle décisionnel (ou latitude décisionnelle)

Le bruit au travail.  
Mauvaise conciliation, conflits, tension au travail ou quand les relations au travail sont compliquées. (Un harcelé devient plus facilement harceleur)

Plus de contraintes : la variation de la demande, la machine donne le rythme sur le travail de l’humain.

**Conflits éthiques au travail :**

Conflits sur les moyens, la finalité, l’usage, un travail convenable.  
  
**Modèle SLACK :** SLAC : du Sens, du Lien, de l’Action et du Confort

**Modèle Hédonique :** qui vise à la recherche du plaisir

Comprendre comment les caractéristiques spécifiques d'un bien ou d'un service contribuent à la satisfaction personnelle et comment ces contributions se traduisent en valeur pour l'individu.

**Modèle Eudémonique :** vise la réalisation de soi et de son potentiel

Chercher un sens profond dans leur vie, à vivre en accord avec leurs valeurs, à cultiver des relations significatives et à poursuivre des objectifs qui contribuent à un épanouissement personnel durable.