

## ***Chapitre IV***

---

# **Outils de diagnostic : démarche et utilité**

# ***Chapitre 4 : Outils de diagnostic : démarche et utilité***

---

**Section 1- Analyse sectorielle**

**Section 2- Analyse PESTEL**

**Section 3- Les 5 forces de Porter**

**Section 4- La Matrice BCG**

# ***Section 1 : Analyse sectorielle***

---

## **1. Utilité :**

- ❑ L'analyse sectorielle (étude de secteur) aide l'analyste à repérer et à articuler les informations pertinentes, en vue d'atteindre une compréhension des mécanismes de fonctionnement *du secteur* et la logique de sa dynamique d'évolution.

# **Section 1 : Analyse sectorielle**

---

## **2. Démarche :**

- ❑ Les études de secteurs ont été construites autour d'un plan en deux parties du type :

- 1 - L'offre
- 2 - La demande

***Ou encore :***

- 1 - Le marché
- 2 - Les entreprises.

***NB : dans le cas échéant, on peut relever les aspects importants de l'environnement influençant le secteur.***

# ***Section 1 : Analyse sectorielle***

---

## **1. Analyse de l'offre**

- ❑ Il faut distinguer les fournisseurs, les distributeurs, le producteur et ses concurrents.
- **Les fournisseurs** vont approvisionner l'entreprise en biens ou en services nécessaires à la production.
- **Les distributeurs** jouent un rôle d'intermédiaire entre le producteur et le consommateur.
- **Le producteur** construit une offre destinée à être vendue au consommateur. Il n'est généralement pas le seul à commercialiser une même catégorie de produits et doit donc faire face à des concurrents, directs ou indirects.

# ***Section 1 : Analyse sectorielle***

---

## **2. Analyse de la demande**

- ❑ Il faut distinguer les acheteurs, les consommateurs, les utilisateurs et les prescripteurs.
- **L'acheteur** est l'individu qui achète le produit. Il peut être unique ou multiple (dans le cas d'un achat d'entreprise par exemple, ou lorsque l'ensemble de la famille participe à la décision d'achat).
- **Le consommateur** est l'individu qui consomme le produit. Sur les marchés d'entreprises, on parle plutôt d'utilisateur.
- Enfin, **le prescripteur** influence l'acheteur dans sa décision.

# Section 1 : Analyse sectorielle

---

## 1. Utilité :

- ❑ L'analyse sectorielle (étude de secteur) aide l'analyste à repérer et à articuler les informations pertinentes, en vue d'atteindre une compréhension des mécanismes de fonctionnement *du secteur* et la logique de sa dynamique d'évolution.

**L'analyse de l'offre** aborde des indicateurs généraux de structures (produits, production, producteurs, distribution);

- Elle offre des monographies des entreprises leaders (ex: principaux producteurs et leur classement, principaux distributeurs);
- Et, elle consacre de longs développements à l'analyse des résultats du secteur (ex: évolution du secteur) et des entreprises leaders (ex: les parts des principaux producteurs) .

# Section 1 : Analyse sectorielle

---

## 1. Utilité :

- ❑ L'analyse sectorielle (étude de secteur) aide l'analyste à repérer et à articuler les informations pertinentes, en vue d'atteindre une compréhension des mécanismes de fonctionnement *du secteur* et la logique de sa dynamique d'évolution.
- ❑ **L'analyse de la demande** a pour objet d'exposer des informations telles que: la taille du marché, sa croissance, sa segmentation, les critères d'achat, les circuits de distribution, la nature des produits, leur évolution technologique...



# Section 1 : Analyse sectorielle

## Analyse sectorielle

<b>Offre</b>	Produits	Les familles de produits : -Produit X ( CA, progression ou régression de « à définir » - Produit Y .....
	Production	Production du marché, rang, exportation .....
	Producteurs	Principaux producteurs et leurs parts de marché.....
	Distributeurs	Principaux canaux de distribution , les taux de vente de chaque canal, .....
<b>Demande</b>	Aspects quantitatifs	Consommation nationale, rang , évolutions .....
	Aspects qualitatifs	Variation de consommation régionale, tendance de consommateurs, etc.
<b>Environnement</b>	Aspects importants	Principales influences macro-environnementales (à déterminer)