

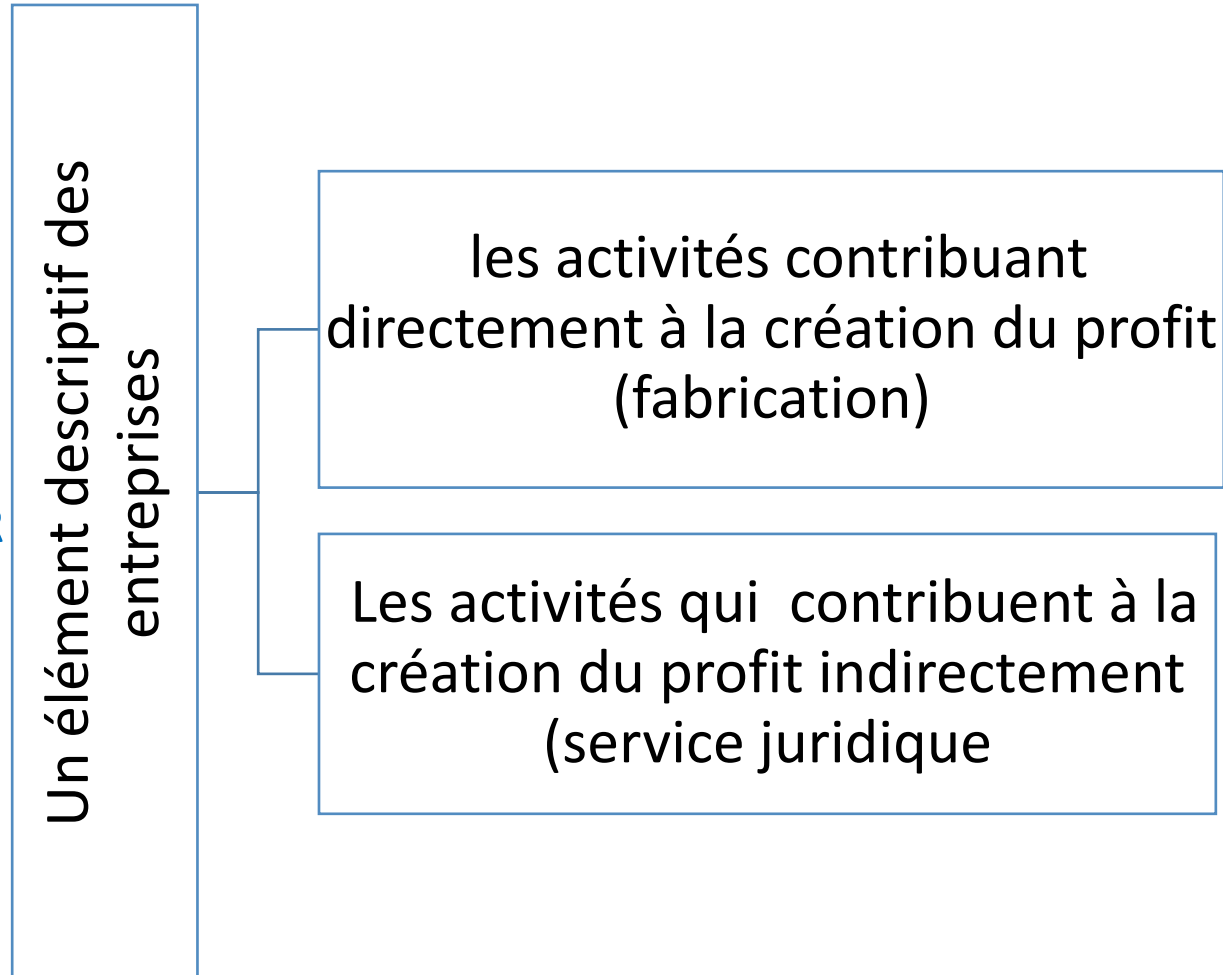
La chaîne de valeur

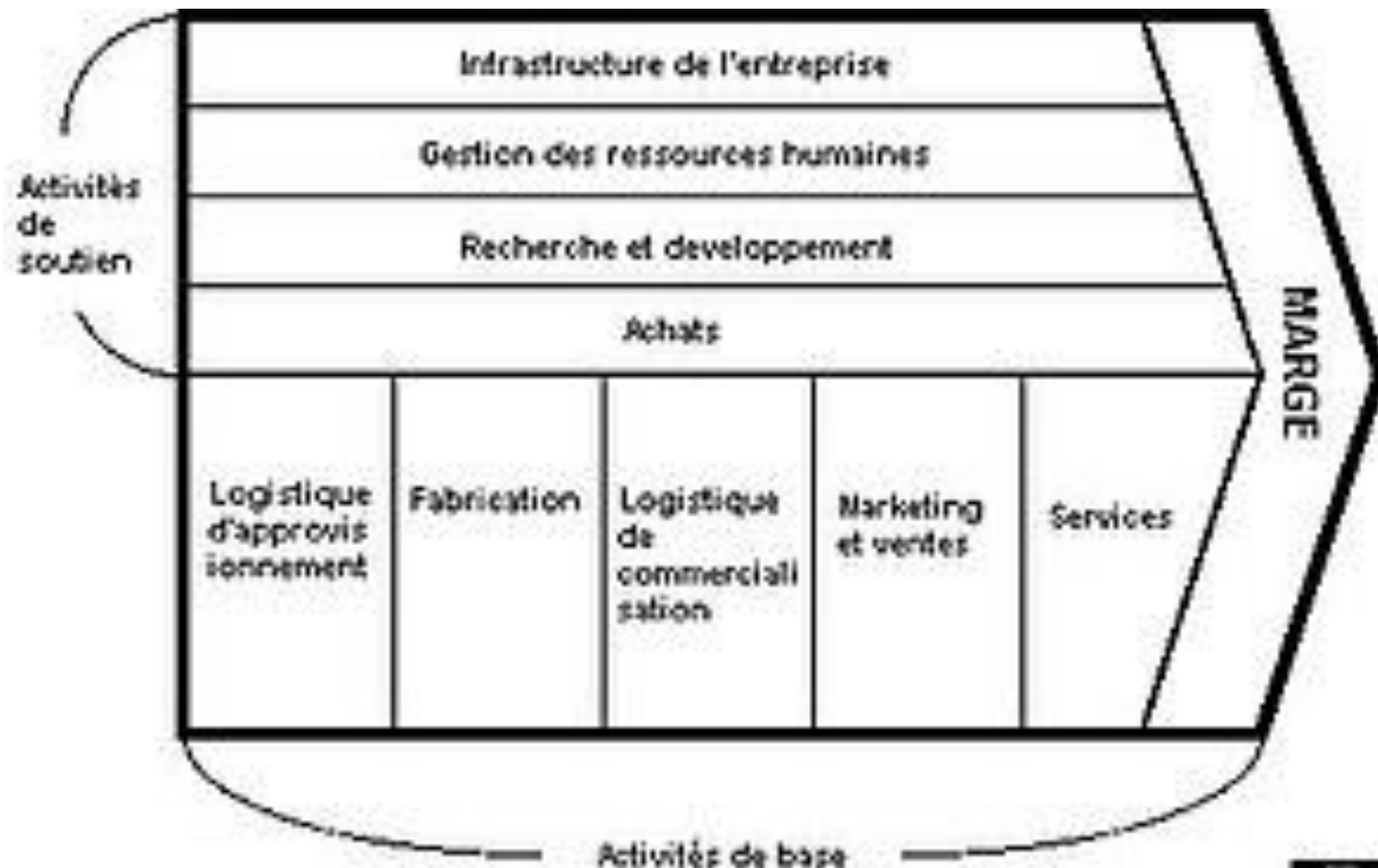
Modèle de Porter

Chapitre 3

Définition

La chaine de valeurs
de Michael E. PORTER





PORTER: LA CHAÎNE DE VALEUR



Chacun de ces segments peut être fractionné afin de décrire plus finement la réalité de l'entreprise

Les segments verticaux

- Sont des activités directes.
- Sont des centres de profits à incidence tantôt **positive**, tantôt **négative**.
- La vente est usuellement un centre de profit positif

Les segments horizontaux

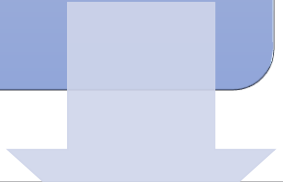
- Sont des activités indirectes.
- Sont toujours des coûts (centres de profits **négatifs**).

Pour augmenter le profit

Diminuer
les coûts

Augmenter
le prix de
vente

A quelle condition le client accepte-t-il de payer un prix supérieur ?



L'entreprise doit avoir la capacité de mener les activités de chaque segment de façon à convaincre le client de payer un prix plus cher