****Activité 1 : Cas « Maison KOUTAM »****

Sami dirige un atelier d’habit traditionnel revisité haut de gamme destiné aux jeunes. La marque « KOUTAM » est connue par le potentiel créatif de son styliste, la noblesse des matières utilisées et la justesse des coupes de ses articles. Toutes les pièces sont uniques faites à la main. Sami envisage de développer son entreprise sur les marchés étrangers. Il en parle à Asma , Responsable commerciale de l’entreprise :

Sami : Il y a des opportunités à l’international : Europe, Canada, et les états -Unis …..

Asma : Intéressant, il faudrait un diagnostic stratégique avant de prendre cette décision.

Sami : Un diagnostic stratégique ??

Asma : Oui d’abord, un diagnostic externe afin d’analyser l’environnement de chaque pays.

Sami : Oui, c’est vrai.

Asma : Et un diagnostic interne pour vérifier qu’on a les ressources et les compétences nécessaires à cette nouvelle aventure.

Sami : Il est important de garder notre signature.

Asma : Bien sûr, C’est grâce à elle que nous nous démarquerons de la concurrence.

Sami commence le diagnostic interne par l’évaluation des ressources et des compétences de son entreprise :

****Ressources = ce que l’entreprise possède****

****Compétences = les savoirs et savoir-faire de l’entreprise****

****Compétences = ce que fait l’entreprise avec ses ressources.****

****Il vous demande de l’aider. Placez les ressources et les compétences dans les cases correspondantes :****

Matériels- Brevet- Local- Logiciel de mode - Partenariats avec les fournisseurs de tissu et des fournitures - Marque-créativité du styliste -Savoir-faire technique hérité ( l’atelier a été créé par le grand père de Sami il y a plus de cent ans )-Carte client « KOUTAM GOLD » (elle donne accès à un espace client personnalisé : forte proximité avec ses clients).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Ressources | Compétences |
| Ressources tangibles | Ressources intangibles |  |
| - Matériels    - Local | - Brevets  -Logiciel de mode  - Partenariats avec les fournisseurs de tissu et des fournitures  - Marque  - Carte client « KOUTAM GOLD » | - créativité du styliste  - Savoir-faire technique hérité |

****Une ressource stratégique/ une compétence distinctive : est créatrice de valeur. Elle est rare, inimitable et non substituable.****

* Valeur perçue par le client
* Rares: seules quelques entreprises les possèdent
* Inimitables par les concurrents car cela impliquera un coût
* Non-substituables: il n’existe pas d’autres ressources oucompétences qui pourraient venirremplacer les ressources et compétences existantes.

Quelles sont les ressources uniques détenues par KOUTAM?

(Ressources uniques : ressources possédées par un nombre très limité d’entreprises).

✅ **Un savoir-faire artisanal transmis de génération en génération** : Un héritage culturel et technique difficile à imiter.  
✅ **Une production 100% artisanale et sur-mesure** : Chaque pièce est unique et fabriquée à la main.  
✅ **Une marque avec une forte identité et un positionnement haut de gamme** : Un nom reconnu pour la qualité et l’originalité de ses créations.

Quelles sont les compétences distinctives de KOUTAM?

(Compétences distinctives :Activités et processus qui permettent d’obtenir un avantage concurrentiel et qui sont difficiles à obtenir ou à imiter)

✅ **Maîtrise des techniques traditionnelles et du design moderne** : Capacité à revisiter l’habit traditionnel tout en conservant son authenticité.  
✅ **Expertise dans la création de vêtements uniques et faits à la main** : Un processus de fabrication artisanal hautement qualifié.  
✅ **Sélection rigoureuse des matières premières** : Choix de tissus nobles pour assurer une qualité premium.  
✅ **Capacité à se positionner sur le marché du luxe et du haut de gamme** : Un positionnement distinctif qui attire une clientèle spécifique.

Quel est l’avantage concurrentiel de « KOUTAM » ?

✅ **Un savoir-faire artisanal unique** : Des pièces faites à la main avec des finitions parfaites.  
✅ **Une identité de marque forte** : Un mélange entre tradition et modernité qui attire une clientèle jeune et exigeante.  
✅ **Une qualité exceptionnelle des matériaux** : L'utilisation de matières nobles et exclusives.  
✅ **Un positionnement haut de gamme** : Une offre premium avec une forte valeur perçue.  
✅ **Une différenciation par l’unicité des produits** : Chaque pièce est unique et ne peut être copiée en série.