

Le SWOT : l'outil d'analyse stratégique pour développer votre activité

Dans cet article :

Qu'est-ce que l'outil SWOT?



L'analyse SWOT vous permet d'identifier les forces, faiblesses, opportunités et menaces qui entourent votre entreprise ou un projet en particulier. Vous utiliserez cet outil stratégique pour identifier les actions à mener afin de développer votre activité tout en renforçant votre compétitivité.

Un outil idéal pour prendre les bonnes décisions et faire croître votre entreprise !

Qu'est-ce que l'outil SWOT ?

SWOT est l'acronyme des mots anglais strengths, weaknesses, opportunities et threats. Ce qui signifie en français forces, faiblesses, opportunités et menaces. On l'appelle aussi **FFOM** !

Il s'agit d'un des premiers outils d'analyse utilisé pour prendre des décisions stratégiques importantes et faire croître son entreprise.

En une seule et même matrice, vous diagnostiquez grâce au SWOT l'ensemble de l'écosystème de l'entreprise :

- ▶ son environnement externe (ses opportunités et menaces),
- ▶ son contexte interne (ses forces et ses faiblesses).

Pour réaliser votre SWOT et explorer tout le potentiel de croissance de votre entreprise, vous vous poserez un certain nombre de questions :

- **Strengths (forces)** : quels sont vos points forts et vos avantages concurrentiels ?
- **Weaknesses (faiblesses)** : quelles sont les points faibles de votre organisation ?
- **Opportunities (opportunités)** : de quelles opportunités (tendances, usages, lois, technologies) pouvez-vous tirer parti ?

- **Threats (menaces)** : quelles sont les menaces (dangers) qui peuvent affecter la performance de votre entreprise ?

Quel est l'objectif de l'analyse SWOT ?

L'objectif d'une analyse SWOT consiste à évaluer si l'entreprise détient les capacités stratégiques nécessaires pour répondre aux évolutions de son environnement.

Le SWOT sera ainsi utilisé afin de déterminer les opportunités qui s'offrent à votre entreprise et surtout les menaces auxquelles elle est exposée, par exemple lorsqu'il s'agit de :

- Lancer un nouveau produit ou service
- Etoffer ou **enrichir une offre**
- Améliorer un service
- **Réaliser des investissements**
- Développer son implantation
- **Fusionner** ou **s'associer**
- Cesser la commercialisation d'un produit
- Evaluer sa compétitivité

In fine, une fois le SWOT réalisé, vous serez en mesure d'identifier les actions à mener ou les choix de développement pour maintenir la performance de votre entreprise, cerner les problèmes que vous devez résoudre rapidement, mettre en évidence les opportunités ou déterminer les projets prioritaires.

Comment faire une analyse SWOT ?

Le SWOT prend la forme d'un tableau composé de 4 cases à remplir et s'effectue en 3 phases :

- ▶ L'analyse de l'environnement interne : les forces et les faiblesses
- ▶ L'analyse de l'environnement externe : les opportunités et les menaces
- ▶ La définition des mesures correctrices et la mise en place d'**un plan d'actions** prioritaires

Vous mènerez ce diagnostic, seul ou avec votre équipe, en reportant sur la matrice l'ensemble des éléments stratégiques qui concernent les facteurs internes ou externes.

1. L'analyse de l'environnement interne

Il est relatif aux forces et faiblesses relatives à votre organisation, services ou produits. Ces éléments étant sous votre contrôle, vous êtes acteur des mesures ou évolutions à prendre.

Voici quelques exemples d'indicateurs internes à considérer :

- Les compétences techniques/technologiques
- La notoriété et **l'image de l'entreprise** (e-réputation)
- La qualité et les valeurs véhiculées
- Les points de vente
- **L'emplacement** et **la zone de chalandise**
- L'implantation (régionale, nationale, internationale)
- Les partenariats
- **La marque et la propriété intellectuelle**
- Les outils et équipements
- Les fonctionnalités
- Etc.

L'analyse des facteurs internes sont les forces et les faiblesses qui découlent des processus internes à l'entreprise. Les problématiques associées sont normalement plus faciles à résoudre, puisque vous avez davantage de contrôle sur le résultat.

2. L'analyse de l'environnement externe

L'environnement externe correspond aux différents facteurs ou parties que l'entreprise subit, en ayant plus ou moins le pouvoir d'entreprendre des actions correctrices.

Dans le cadre d'une analyse externe SWOT, on analyse **le macro-environnement** (environnement économique, démographique, technologique, culturel...) et **le micro-environnement** (concurrents, clients, fournisseurs...) tout en identifiant les opportunités et les menaces qui peuvent impacter la société.

Par exemple :

- La législation concernant votre secteur d'activité
- De nouvelles mesures politiques
- Une concurrence agressive
- Une crise économique ou sanitaire
- Les évolutions du secteur et les tendances
- Des changements d'usage ou de comportements d'achat
- Le climat...

L'ensemble de ces éléments doivent être identifiés pour transformer les menaces en opportunités et trouver **le meilleur positionnement stratégique** pour pénétrer le marché.



Bon à savoir

2 outils complémentaires peuvent vous aider à établir une liste exhaustive des éléments externes qui composent l'environnement de l'entreprise : l'analyse PESTEL et l'analyse des forces de Porter.

3 – Les mesures correctrices

A l'issue de ces analyses interne et externe, la matrice SWOT synthétise les résultats du diagnostic stratégique : d'une part les forces et faiblesses de l'entreprise ; d'autre part les menaces et opportunités du marché.

Les informations recensées vous permettent ainsi de définir les actions prioritaires pour planifier la stratégie à adopter . Vous pouvez ressortir ces actions en faisant des combinaisons entre les différents axes du SWOT :

- **S-O (opportunités et forces) :** vous appuyer sur vos forces pour mieux saisir les opportunités
- **S-T (menaces et forces) :** utiliser vos forces pour contrer ou minimiser les menaces
- **W-O (opportunités et faiblesses) :** évaluer ce que vous pouvez améliorer (vos faiblesses) pour saisir ces opportunités
- **W-T (menaces et faiblesses) :** corriger vos faiblesses, trouver des solutions pour anticiper les risques et adopter des mesures préventives



Bon à savoir

Le **positionnement stratégique de l'entreprise** consiste à mettre en place une stratégie qui cherche à donner à une offre une position crédible, attractive et différente de ce qui existe déjà sur le marché. Transformez les menaces et faiblesses en force et opportunités !

La matrice SWOT

Pour effectuer votre analyse SWOT, aidez-vous des questions suggérées et complétez la matrice que nous vous proposons.

Quelques conseils avant de commencer :

- ▶ Appuyez-vous sur des faits concrets
- ▶ Soyez synthétique
- ▶ Ne perdez pas de vue vos objectifs

L'OUTIL D'ANALYSE SWOT



MATRICE SWOT

Vous aurez compris que cet outil est surtout utile pour poser une vision d'ensemble des **points forts** et des **points faibles** d'une organisation au regard de son environnement.

Pour aller plus loin dans l'analyse stratégique, le SWOT est à compléter par d'autres outils comme par exemple :

- Le **benchmarking**
- Les 5 forces de Porter
- **L'analyse Pestel**
- Etc....

Publié en septembre 2022