

Master En Informatique Spécialité Traitement Intelligent des systèmes

Initiation au Monde IT
Management stratégique
& Coaching



Session 3 : Stratégie – Horloge
stratégique

27-11-2021



mohamedhalim.sbaa@gmail.com

Plan du Cours

- 
- | | | | |
|----------|-----------------------|----------|---------------------|
| 1 | Introduction Générale | 4 | Stratégie Business |
| 2 | Stratégie : SWOT | 5 | Horloge Stratégique |
| 3 | SWOT : Cas Master | 6 | Histoire du Jour |

Points Importants

11h30 à 13h30



Google Meet
Le même pont



Prendre des Notes



Approche participative



QCM :

- Management stratégique.
- Coaching.



Ne pas oublier de rallumer votre téléphone en sortant

Les sessions

Stratégie

Résolution des problèmes

Leadership et Management

Gestion des risques

Gestion des conflits

TMA

Gestion des projets

Pilotage Financier



Stratégie d'entreprise

Définition

*« pour une entreprise, la stratégie consiste à choisir ses **activités** et à allouer ses **ressources** de manière à atteindre un niveau de **performance** durablement supérieur à celui de ses **concurrents** dans ces activités, dans le but de **créer de la valeur** pour ses actionnaires »*

Stratégie d'entreprise

Les Trois Niveaux



Les 3 niveaux stratégiques

Stratégie d'entreprise

c'est la base, l'objectif ultime, c'est la stratégie d'entreprise qui détermine l'activité.

Stratégie par domaine d'activité

Comment gagner le marché.

Identifie les facteurs clés de succès.

Stratégie Opérationnelle

Comment déployer les stratégies définies au niveau global., en terme de ressources, processus et savoir-faire des individus.

Stratégie d'entreprise

Vocabulaire Stratégique



| TERME | DEFINITION | EXEMPLE |
|----------------------|----------------------------------|--|
| Mission | A propos de l'organisation | Etre en forme |
| VISION | Etat futur souhaité | Courir le marathon |
| BUT | Déclaration d'intention | Perdre du poids et renforcer ses muscles |
| Objectif | Quantification / Précision | Perdre 5Kg au 1 ^{er} Mars et courir le marathon le 1 juillet. |
| Capacité stratégique | Ressources, activités, processus | Centre d'entrainement, soutien d'amis |
| Stratégies | Orientation long terme | S'entrainer régulièrement |
| Modèle | Opération commerce | Faire partie d'un club |
| Contrôle | Evaluation | Contrôle poids... |

Stratégie d'entreprise

Diagnostic Stratégique

Diagnostic stratégique

3. Analyse Synthétique

Forces

Faiblesses

Opportunités

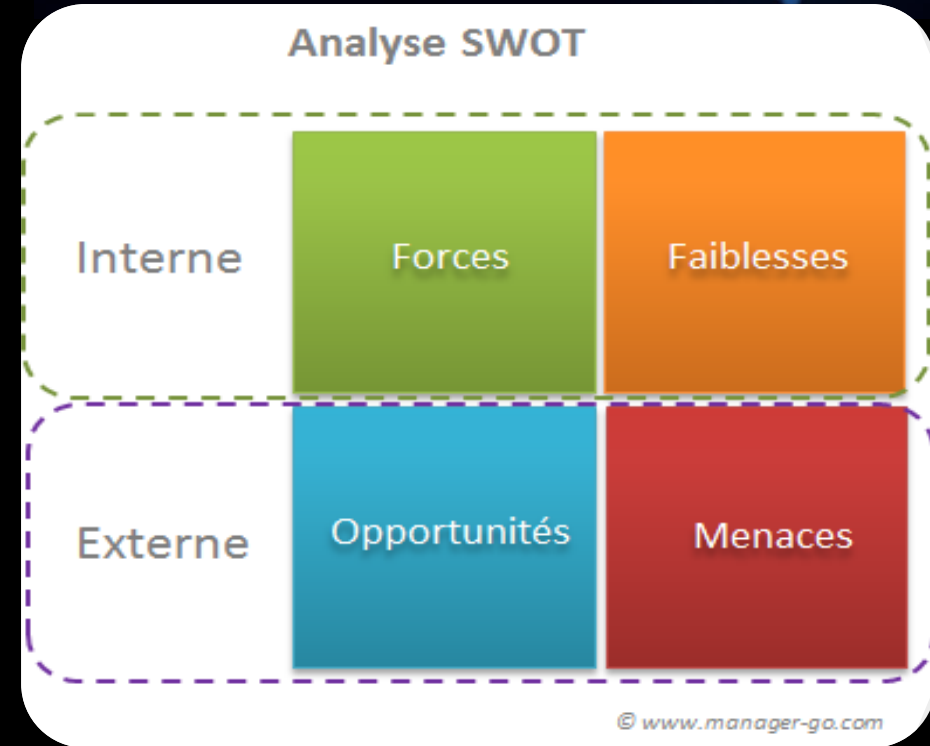
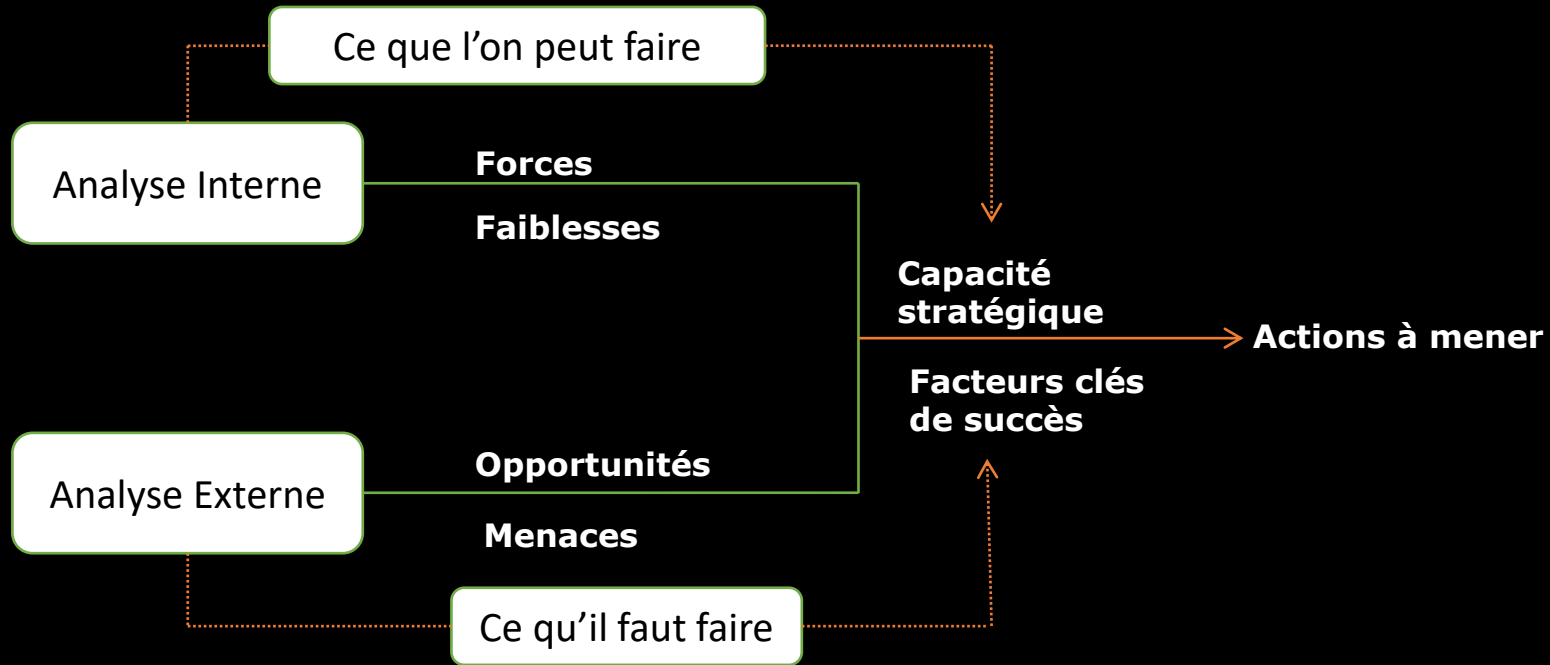
Menaces

Interne – Organisation –
Strengths : Forces
Weaknesses : Faiblesses

Externe – Environnement –
Opportunities : Opportunités
Threats : Menaces

Stratégie d'entreprise

Analyse SWOT



Stratégie d'entreprise

SWOT : Promo 21-22

Interne

Forces

Formation Muti domaine-techno
Prof domaine profess
Flexibilité Formation (présentiel
et distanciel)
Retour Exp TA - TI

Faiblesses

Les salles
Organisation Administration
Appellation du Master

Externe

Opportunités

R&D
IA Big Data
UNIV MV

Menaces

Les Ecoles d'ingénieurs
Formation en ligne
Evolution techno

Stratégie d'entreprise

Stratégie Business

- ▶ Les stratégies business sont les **approches** qui permettent d'établir un **avantage concurrentiel** au niveau d'un domaine d'activité stratégique
 - Un avantage concurrentiel étant une **meilleure maîtrise** que les concurrents de certaines **compétences** qui constituent un **facteur décisif de succès dans un domaine d'activité**.
- ▶ Par rapport au client :
 - La valeur perçue:
 - prestige ou non: associé à la marque
 - rareté ou non : du produit
 - facilité d'accès ou non : au produit/service
 - degré d'attachement à la marque
 - couple catégorie de produit / nationalité de la marque
 - fiabilité ou non du produit
 - degré de risque perçu par rapport à l'achat du produit
 - degré de réversibilité des conséquences de l'utilisation du produit/service
 - adéquation ou non avec des besoins spécifiques...
 - Le coût.

Exemples :

Compagnies **aériennes** :

- pas de crash
- ponctualité
- lignes directes sur certaines destinations
- confort des sièges...

Automobile :

- distinctions attribuées
- ancienneté de la marque
- « nationalité » de la marque
- design des véhicules de la marque...

Evolution de la valeur perçue

En fonction des évolutions de l'offre des concurrents

En fonction de la diffusion de la catégorie de produit/service (cas de l'innovation)

Elle peut connaître des variations brusques (apparition de produits/services de substitution) :
-cas de l'hôtellerie avec Airbnb

Stratégie d'entreprise

Stratégie Business : Les Options

- ▶ Une organisation établit un **avantage concurrentiel** en proposant à ses clients ce qu'ils demandent de manière plus **efficace**, et selon une approche **difficilement imitable** par ses concurrents.
- ▶ Il existe pour cela deux grandes options :
 - (1) On propose une offre **similaire** à celles des concurrents mais à un **prix inférieur**
 - (2) On propose une offre différente, qu'elle soit supérieure mais éventuellement plus **coûteuse** ou inférieure mais moins chère

Faulkner et Bowman dans leur ouvrage de 1997 « ***Competitive and Corporate Strategy*** » ont proposé une variation de la typologie des stratégies génériques de Porter, en intégrant les notions de **valeur perçue et de prix**. Ces auteurs, en croisant ces deux dimensions, identifient 8 grands types de stratégies business par rapport à l'offre « moyenne » sur le marché, 3 de ces stratégies étant vouées à l'échec. Il convient de préciser que cette horloge stratégique est par nature dynamique, la trajectoire stratégique suivie par une entreprise pouvant varier en fonction de l'évolution des offres concurrentes.



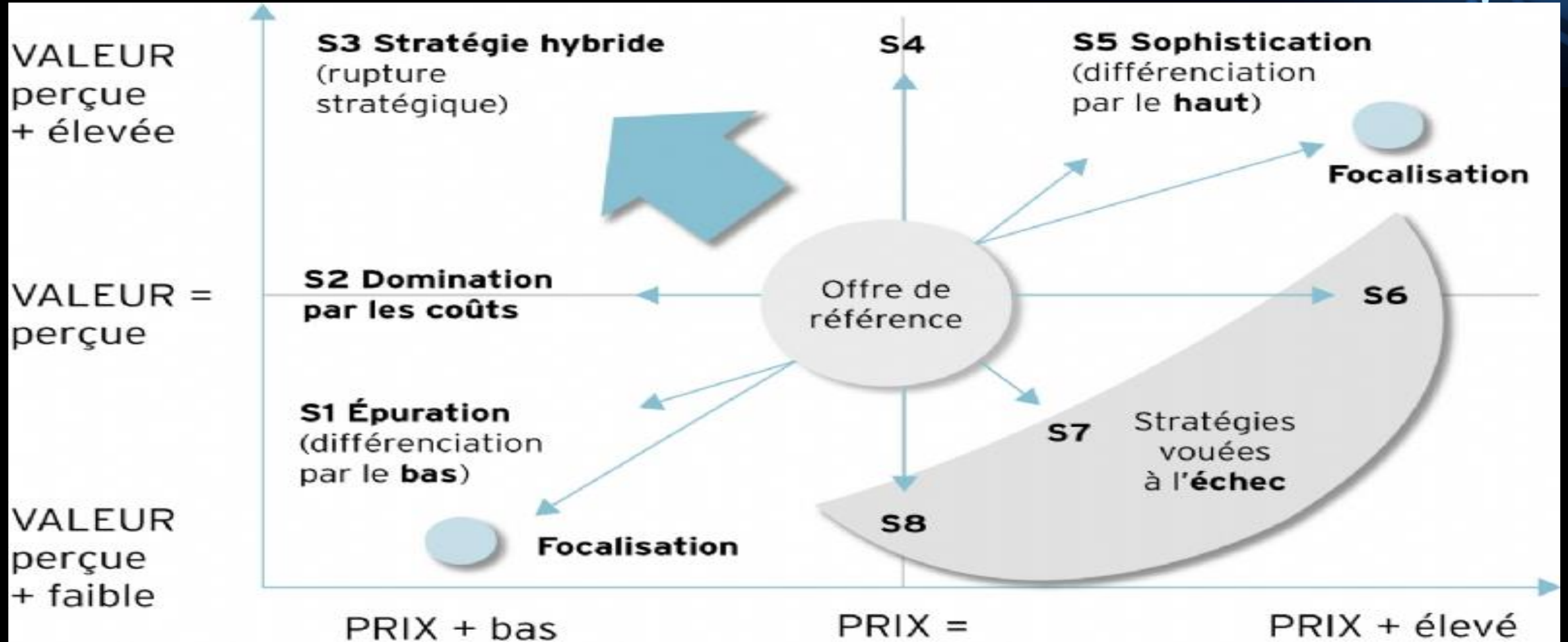
Stratégie d'entreprise

Horloge stratégique de Faulkner et Bowman

- ▶ S1 : Epuration : Risque de se limiter à un segment spécifique.
 - Exemple : Constructeur automobiles japonais en Europe dans les années 60.
- ▶ S2 : Prix /Coût: Risque de guerre des prix et faibles marges, nécessité d'avoir les coûts les plus bas.
- ▶ S3 : Hybride :Stratégie des prix évoluant vers la différenciation.
 - Exemple IKEA (KITEA) Offre originale avec prix attractif.
- ▶ S4 : Sophistication sans surprise :Surcroît de valeur perçue par le client permettant de conquérir des parts de marché.
 - Exemple : Constructeur automobiles japonais en Europe dans les années 80
- ▶ S5 : Sophistication avec surprise : différenciation par le haut, Surcroît de la valeur perçue par le client permettant de pratiquer un surprise.
 - Exemple : Toyota créant la marque Lexus pour ses véhicules haut de gamme dans les années 1990
- ▶ **S6 : Surcroît des prix / Valeur standard :**
 - **Marge supérieure si les concurrents ne suivent pas, risque de perte de parts de marché.**
- ▶ **S7 : Surcroît des prix / Baisse de valeur :**
 - **Possible uniquement en utilisant un monopole.**
- ▶ **S8 : Baisse de valeur / Prix standard :**
 - **Perte de parts de marché.**

Stratégie d'entreprise

Horloge stratégique de Faulkner et Bowman



Stratégie d'entreprise

Fin de la séance : A vos Questions



Prochain Cours : Stratégie

Que Faire?



Manager ... Leader c'est quoi la différence?



Histoire du Jour

...



Un très vieux sage vivait tout là haut dans une montagne aux pentes très abruptes. Les gens d'en bas, dans la plaine, allaient régulièrement le consulter lorsque se présentait un problème insoluble pour eux. Et vous savez quoi, le vieux sage avait toujours la solution juste.



Histoire du Jour

...



Pour se faire, les gens d'en bas devaient escalader cette montagne aux pentes très abruptes pendant trois jours et trois nuits pour le consulter, c'était une tâche très ardue.



Histoire du Jour

...



Un beau jour, les gens d'en bas se réunirent pour parler du vieux sage.

Un jeune homme de forte tête leur dit qu'il en avait assez d'avoir à grimper la montagne à chaque fois qu'il avait une question d'ordre existentielle. Il en avait assez et voulait que cela cesse et ne plus avoir à grimper là-haut pour consulter le vieux sage et tenter de mettre celui-ci en déroute avec une question piège. En fait, il demanda aux gens qui étaient avec lui de l'aider.

Il imagina toute sortes de questions et chaque fois que quelqu'un en proposait une nouvelle, une autre personne disait : "je lui ai déjà demander cela et il m'a répondu".

Alors le jeune homme entêté à réussir son exploit, à savoir, intimider le vieux sage, dit :

« Je sais, je vais attraper un oiseau à l'aide d'une cage et lorsque je serai en face du vieux sage je lui demanderai: est-ce que l'oiseau que je tiens dans mes mains est mort ou vivant ? S'il répond qu'il est mort, je le laisse s'envoler, et s'il répond qu'il est vivant je le tue et lui montre l'évidence de sa tromperie. »

Histoire du Jour

...



Alors tous les habitants d'en bas escaladèrent la montagne pendant trois jours et trois nuits pour voir la défaite du vieux sage. Ils arrivèrent en haut avec les vêtements tout déchirés un peu partout, et voilà que le jeune homme dit : bonjour vieux sage comment allez-vous ?

Le vieux sage regarda chacun, un par un dans les yeux en les scrutant de haut en bas. Notre jeune homme dit alors, vieux sage, nous avons une question pour toi, « L'oiseau que je tiens dans mes mains, est-il mort ou vivant ? » Alors le vieux sage regarda chacun encore dans les yeux un par un en prenant son temps et en les scrutant de haut en bas.

Histoire du Jour

...



Ensuite le vieux sage regarda le jeune homme et dit : « Mon jeune ami, ... **la Vie de cet oiseau est entre vos mains** »



Fin du Cours
Merci et Bon Weekend



Fin