

CHOISIR UNE STRATÉGIE GLOBALE

BTS MCO

Suite au diagnostic stratégique, l'entreprise définit la stratégie qu'elle va mettre en œuvre pour atteindre ses objectifs.

La définition d'une stratégie globale concerne l'entreprise dans son ensemble. Elle nécessite de choisir entre la diversification et la spécialisation d'une part, et l'intégration ou l'externalisation d'autre part.

I. Stratégie de diversification ou de spécialisation?

1. La stratégie de diversification

La stratégie de diversification consiste pour une entreprise à se développer dans de nouvelles activités ou de nouveaux métiers.

- Lors d'une stratégie de diversification conglomerale, l'entreprise évolue dans des activités distinctes et variées.

Ex : Le groupe BOUYGUES s'est diversifié dans les secteurs de la construction, des télécommunications et des médias.

- Avec la stratégie de diversification concentrique, l'entreprise choisit de se développer dans des activités connexes (voisines).

Ex : La stratégie de LVMH vise à se développer dans tous les domaines du luxe (vins et spiritueux, mode et maroquinerie, parfums et cosmétique, montre et joaillerie,...).

I. Stratégie de diversification ou de spécialisation?

1. La stratégie de diversification

Igor ANSOFF (1918 – 2002) a défini différentes stratégies de diversification :

	Produit actuel	Nouveau produit
Marché actuel	Pénétration : accroître les ventes de nos produits actuels auprès de nos clients actuels	Développement de produits : proposer de nouveaux produits à nos clients existants
Nouveau Marché	Développement de marché : proposer nos produits existants sur de nouveaux marchés	Diversification : proposer de nouveaux produits sur de nouveaux marchés

AVANTAGES DE LA DIVERSIFICATION	INCONVÉNIENTS DE LA DIVERSIFICATION
➤ Répartition des risques sur plusieurs activités ➤ Accéder à de nouveaux marchés	➤ Difficultés pour gérer et organiser des activités différentes ➤ Nécessité de posséder de multiples compétences

I. Stratégie de diversification ou de spécialisation?

1. La stratégie de spécialisation

A travers la stratégie de spécialisation, l'entreprise décide de se développer dans un seul domaine d'activité.

Elle permet donc à cette dernière de se spécialiser sur le métier dans laquelle elle a un bon niveau d'expérience et de compétence pour s'assurer un avantage concurrentiel décisif.

La stratégie de spécialisation sur un métier est souvent choisie par des PME disposant d'un important savoir-faire dans un domaine d'activité donné.

AVANTAGES DE LA SPÉCIALISATION	INCONVÉNIENTS DE LA SPÉCIALISATION
➤ Bénéficier d'une image de spécialiste ➤ Réaliser des économies d'échelle	- Dépendre d'un seul marché

Ex : le fabricant d'avion Airbus

II. Stratégie d'intégration ou d'externalisation?

La stratégie d'intégration consiste pour une entreprise à réaliser elle-même ses activités.

Ex : Total poursuit une stratégie d'intégration de ses activités de raffinage et de pétrochimie.

La stratégie d'externalisation consiste, au contraire, à faire réaliser une partie de ses activités par une autre entreprise.

Ex : Volvo a externalisé ses infrastructures informatiques en les confiant à l'indien HCL Technologies. Les postes de 2600 salariés ont été supprimés suite à cette décision.

	INTÉGRATION	EXTERNALISATION
AVANTAGES	➤ Assurer ses approvisionnements (intégrations amont) ➤ Maîtriser ses circuits de distribution (intégration aval) ➤ Supprimer les marges des intermédiaires	➤ Faire appel aux compétences d'un spécialiste ➤ Se concentrer sur les activités qui créent de la valeur ➤ Gain de flexibilité
INCONVÉNIENTS	➤ Risque de rigidité de l'organisation	➤ Dépendance vis-à-vis de son prestataire extérieur ➤ Risque de conflits sociaux