

Sujet :

Analyse SWOT

Analyser l'environnement de l'entreprise est essentiel pour pouvoir prendre les bonnes décisions. Ceci doit être fait régulièrement car l'environnement de l'entreprise évolue.

L'analyse se fait sur quatre éléments :

- Les forces - **S**trength
- Les faiblesses - **W**eaknesses
- Les opportunités - **O**pportunities
- Les dangers - **T**hreats

D'où son nom d'**analyse SWOT**.

Date : lundi 28 février 2005

Auteur : Gilles Hémerly

Analyse SWOT

Analyser l'environnement de l'entreprise est essentiel pour pouvoir prendre les bonnes décisions. Ceci doit être fait régulièrement car l'environnement de l'entreprise évolue.

L'analyse se fait sur quatre éléments :

- Les forces - **S**trength
- Les faiblesses - **W**eaknesses
- Les opportunités - **O**pportunities
- Les dangers - **T**hreats

D'où son nom d'**analyse SWOT**.

Méthodologie

Chacun a sa propre vision de l'entreprise, de l'environnement dans lequel elle évolue. Pour avoir une bonne **analyse SWOT**, il est utile de demander à chacun de faire cette analyse en fonction de sa propre vision, et ensuite de consolider l'ensemble.

Pour que l'analyse soit la plus objective possible, nous pouvons intégrer les enquêtes de satisfaction client. Chaque client donne les forces "*bénéfices client*" qu'il reconnaît en tant que client de l'entreprise, et les faiblesses. Nos propres faiblesses peuvent aussi être les forces de nos concurrents.

Forces et Faiblesses

Il s'agit de voir quels avantages compétitifs l'entreprise possède ou devrait acquérir. Ces éléments concernent aussi bien l'environnement interne que l'environnement externe à l'entreprise. Les aspects à analyser sont les 4 éléments du mix :

- Les produits - leur performance, leur positionnement, ...
- La position sur le marché - la présence, la distribution, la force commerciale, la part de marché...
- Le prix - En valeur absolu et en valeur relative
- La notoriété et l'image de marque

A ces 4 éléments nous ajoutons les éléments de service client :

- La logistique
- Le service commercial et l'ADV (Administration Des Ventes)
- La stratégie marketing et communication
- La démarche commerciale

Et enfin, l'entreprise elle-même :

- Sa solidité financière
- Son ancienneté sur ses marchés
- Sa maîtrise de la technologie
- Sa capacité à innover et à développer de nouveaux produits, ses efforts en R&D
- ...

Opportunités et dangers

L'analyse des opportunités et des dangers est une analyse de l'environnement de l'entreprise aussi bien interne qu'externe.

- **Les opportunités**

Les opportunités constituent le domaine d'action dans lequel l'entreprise peut espérer jouir d'un avantage différenciant.

Une entreprise aura un avantage différenciant lorsque ses compétences propres lui permettront d'exploiter une opportunité plus facilement que ses concurrents. C'est-à-dire lorsqu'elle peut exploiter les facteurs clés de succès plus facilement.

- **Les dangers**

Les menaces correspondent à un problème posé par une tendance défavorable ou une perturbation de l'environnement de l'entreprise. Des mouvements de personnels (menace interne) peuvent être une menace tout comme l'arrivée de nouveaux concurrents (menace externe). Une menace est d'autant plus grave qu'elle nuit fortement au développement de l'entreprise et qu'elle a de chance de se réaliser.

Un élément peut être à la fois une opportunité et un danger suivant l'angle d'analyse.

Par exemple :

Un concurrent en difficulté peut être :

- Une opportunité de développement pour l'entreprise par récupération de parts de marché
- Un danger si une société puissante le rachète