

	Up ! Enhanced Management	Première édition
	2 Le management 2.3 Une approche globale du management	http://www.up-comp.com contact@up-comp.com

- Aux dirigeants d'un service d'une entreprise voulant comprendre pourquoi leur hiérarchie leur demande des informations sans avertissement préalable et sans raison apparente.
- Aux étudiants en sciences techniques ou commerciales voulant avoir un complément à leur formation et un retour d'expérience rapide.
- Aux dirigeants de petites entreprise voulant se développer rapidement et ne sachant comment procéder.
- Aux créateurs d'entreprise en herbe ayant besoin d'un modèle d'entreprise pour maximiser la réussite de leur projet.

2.2.2 Quel est son origine ?

Cet ouvrage est le fruit de :

- **Plus de 10 années d'expérience.**
Une partie en tant que manager d'une activité et une seconde en tant que consultant puis ingénieur d'affaires.
- **Etudes supérieures en science techniques et en science de gestion.**
La liste des personnes rencontrées durant ces cycles ayant indirectement contribuées à cet ouvrage sont énumérées dans le chapitre intitulé **Remerciements**.
- **Observation critique de dizaines de sociétés de taille et d'activités diverses.**
Avec la volonté de repérer ce qui fonctionne bien et ce qui peut être amélioré.

Cet ouvrage est celui que j'aurais aimé trouver dans les rayons d'une librairie lorsque j'étais jeune employé dans une entreprise récente où tout était à faire pour un projet ambitieux...

2.2.3 Quelqu'un qui est averti en vaut deux...

M

Cet ouvrage n'est pas la vérité absolue ; il ne fait qu'exprimer un point de vue. D'abord, chacun étant différent, à chacun sa façon de manager. D'autre part, chaque entreprise est unique de part son histoire, son environnement et les hommes qui y travaillent.

Nous pouvons également ajouter que le management n'est pas une science exacte, voire même, qu'il y a beaucoup de subjectivité dans l'appréciation des situations. Ainsi, ce qui est un credo pour certains peut être une hérésie pour d'autres. A chacun sa culture!

En fait, seul le résultat compte : réussir les objectifs que vous vous êtes fixés ou qui vous ont été assignés.

2.3 Une approche globale du management

2.3.1 Le management dans un contexte concurrentiel

Un contexte concurrentiel signifie qu'au moins deux entreprises² sont en mesure d'offrir des produits ou des services répondant aux besoins des clients. Le contexte concurrentiel peut être marchand ou non, i.e. le produit ou le service peut être offert ou non contre une somme convenue.

- **Le contexte marchand.**
Il est composé du secteur primaire – agriculture, pêche, industrie d'extraction –, du secteur secondaire – industrie de transformation – et du secteur tertiaire – service.

² Le mot *entreprise* ne doit pas être pris dans le sens d'entreprise privée mais dans le sens d'activité proposant des produits ou des services à des clients. La définition sera posée dans le chapitre intitulé **Marketing**.