

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

- **Le contexte non-marchand.**

Il est composé des administrations, des collectivités locales, de l'armée, des associations à but non lucratif, des églises.

De ce fait, il est rare que le domaine d'exercice de l'entreprise ne soit pas concurrentiel.

Le contexte concurrentiel implique que le management doit être orienté marketing : le second but indirect de l'entreprise est de satisfaire les besoins des clients de manière plus efficace et plus efficiente que ne le font les concurrents. Et cela est vrai pour tous. Ainsi, pour les associations ou les églises, Il s'agit de séduire le maximum de sympathisants pour leur cause et récolter le maximum de souscription.

2.3.2 La nécessité de l'approche globale

Le contexte concurrentiel impose d'être au moins aussi globalement compétitif que ses concurrents, ce qui signifie que, sur certains domaines, l'entreprise est plus compétitive, sur d'autres, elle l'est moins.

En ayant une approche séparée des fonctions stratégiques de l'entreprise, voire partielle, le manager perd en efficacité par rapport à ses homologues dans les entreprises concurrentes du fait de :

- Un manque de vision sur les synergies potentielles entre ces fonctions.
- Les dysfonctionnements d'interconnexion entre ces fonctions.
- Une réactivité moindre quand une opportunité ou une difficulté est détectée dans l'une de ces fonctions.

Il est donc nécessaire que le manager ait une approche globale de son entreprise, d'autant plus que certains de ses compétiteurs l'ont déjà.

2.3.3 Le cycle du management

a Le management est une activité cyclique correspondant au processus suivant qui va être complètement détaillé dans cet ouvrage :

- **Définition des activités stratégiques :**
 - Identification des activités stratégiques.
 - Classements des activités stratégiques par ordre de potentiel décroissant.
 - Décision sur les activités stratégiques à conserver et les activités stratégiques à développer.
 - Définition des objectifs de chaque activité stratégique.
- **Planification et l'organisation de l'entreprise :**
 - Définition d'un plan opérationnel allouant les ressources à chaque activité stratégique. Ce plan opérationnel est défini pour une période donnée et comporte notamment un calendrier d'actions.
 - Découpage de la société en divisions :
 - Il y a une division par activité stratégique.
 - Il y a une division pour les services transverses de support.
 - Définition de l'organisation de chaque division en terme de découpage fonctionnel et de processus de fonctionnement.
 - Définition de la répartition des tâches composant les processus de fonctionnement.
 - Définition du système d'information.