

	Up ! Enhanced Management	Première édition
	2 Le management 2.6 La création de la valeur	http://www.up-comp.com contact@up-comp.com

- **Pour les actionnaires.**
Il s'agit d'avoir de dégager des bénéfices suffisants au regard du capital apporté, du rendement des autres moyens de placement et du risque encouru.
Il est clair que :
- **La valeur pour les clients est la plus importante.**
De celle-ci découle directement le volume de ventes, ce qui produira alors de la valeur pour les autres acteurs au sens où ils l'entendent.
- **La valeur pour les actionnaires est importante.**
Leur investissement sert de base de financement à l'activité de l'entreprise.
- **La valeur pour les employés et les dirigeants l'est tout autant.**
La valeur ne peut être créée durablement sans eux.

2.6.2 Comment évaluer la valeur ?

2.6.2.1 Les axes de la valeur

La valeur d'une entreprise s'estime donc selon trois axes³ :

a

- **Puissance.**
Les méthodes d'évaluation de la valeur en terme de pouvoir sur l'environnement et le marché sont décrites dans le chapitre intitulé **Marketing**.
- **Finance.**
Les méthodes d'évaluation de la valeur en terme de rentabilité financière sont décrites dans le chapitre intitulé **Finance**.
- **Social.**
Les méthodes d'évaluation de la valeur en terme de satisfaction sociale sont décrites dans le chapitre intitulé **Ressources humaines**.

2.6.2.2 La mesure de la valeur selon les axes

La valeur s'estime selon trois considérations :

- **Pour ce qu'elle est à l'instant présent.**
Il s'agit de la valeur réelle de l'entreprise constatée aujourd'hui.
- **Pour ce qu'elle pourrait être un jour.**
Il s'agit de la valeur potentielle que l'entreprise est susceptible d'atteindre un jour étant donné que la stratégie passée l'a préparé pour cela. Il s'agit de la valeur cible désirée par les propriétaires de l'entreprise ou le management.
- **Par sa vitesse de croissance entre ce qu'elle est à l'instant présent et ce qu'elle pourra être un jour.**
Avoir une bonne valeur potentielle est inutile si elle ne peut être atteinte dans la fenêtre temporelle correspondant à la nature de l'environnement. Par exemple 3 ans dans le domaine des nouvelles technologies de l'information et 10 ans dans le domaine de l'industrie traditionnelle.

2.6.2.3 La valeur projection de la valeur selon les axes

Par exemple, si les mesures de valeur ont été estimées pour les axes précédents :

³ Sans tomber dans un cliché classique, nous pouvons remarquer que les trois axes s'apparentent à ce qui mène les hommes, dit-on, à savoir le pouvoir, l'argent et les sentiments.