

	Up ! Enhanced Management	Première édition
	5 La stratégie d'entreprise 5.3 L'identification des activités stratégiques	http://www.up-comp.com contact@up-comp.com

- Les deux marges de manœuvre de court terme – marketing et les fonctions de support. C'est la raison pour laquelle **Air France** s'est organisée en **hub** basé à **Roissy** dans le but d'optimiser le temps de vol des avions et l'attente des clients.

Une analyse pertinente est également de comparer cette répartition à la vision du client: pour quelle activité est-il prêt à payer et jusqu'à quel montant ?

5.3.4 Le regroupement en activités stratégiques

a Le regroupement en activité stratégique reste assez subjectif puisque l'évaluation des facteurs clés de succès est laissée à l'appréciation du manager. Il existe deux approches :

- J**
- L'approche orientée marketing, défendue par **Michael PORTER**.
Il s'agit de se concentrer essentiellement sur les facteurs clé de succès correspondant aux valeurs identifiées par le client.
Avec cette approche, l'entreprise cherche avant tout à satisfaire les besoins latents aussi elle prend peu de risque.
 - L'approche orientée ressource et innovation qui est plus récente.
Il s'agit de se concentrer essentiellement sur les capacités et les ressources inimitables de l'entreprise. Elles proviennent de l'expérience accumulée par l'entreprise au cours du temps, ce qui ne pourrait être reproduit et difficilement s'acquérir.
Avec cette approche, l'entreprise cherche avant tout à créer une innovation majeure pour laquelle elle crée un besoin aussi elle prend beaucoup de risques.
Sony a par exemple innové et créé un besoin en inventant le baladeur.

M

F

En fait, ces deux approches sont bien souvent combinées sous la pression des cinq forces du système concurrentiel.²⁴

A chaque activité stratégique il est donc associé une liste de facteurs clés de succès triés par ordre de :

- Importance décroissante pour le client.
- Différenciation pour l'entreprise par rapport aux concurrents.
Créer de la valeur consiste à regarder le marché et l'environnement selon un axe inexploré.

..

Voici un exemple de regroupement en activités stratégiques :

²⁴ Elles sont détaillées dans les pages suivantes.