

	<b>Up ! Enhanced Management</b>	Première édition
	<b>5 La stratégie d'entreprise</b> 5.4 La dynamique de l'environnement	<a href="http://www.up-comp.com">http://www.up-comp.com</a> <a href="mailto:contact@up-comp.com">contact@up-comp.com</a>

- L'une regroupant les activités stratégiques « chauffe-eau solaire thermosiphon » et « capteur solaire ».
- L'autre regroupant les activités stratégiques « menuiserie pour ouverture, serres agricoles » et « abris tunnel agricole ».

## 5.4 La dynamique de l'environnement

L'environnement est également segmenté lors de l'étude marketing stratégique en triplets (groupe de clients, application, technologie). **L'objectif est maintenant d'analyser l'évolution de chaque triplet dans son environnement et dans le temps.**

Dans un premier temps, nous compléterons l'étude marketing stratégique avec un point de vue plus orienté stratégie. Dans un second temps, nous regarderons comment analyser le positionnement des concurrents. Enfin, nous regarderons comment élaborer des scénarios d'évolution de l'environnement.

### 5.4.1 Les cycles

#### 5.4.1.1 Le cycle de vie d'un produit

Le cycle de vie d'un produit a été détaillé dans le chapitre intitulé **Marketing**. Rappelons que ce cycle comporte quatre phases :

- Phase de lancement.
- Phase de croissance.
- Phase de maturité.
- Phase de déclin.

Certains produits n'ont pas un cycle de vie correspondant à ce modèle tel le pain. Pour ceux obéissant à ce modèle, la taille des phases n'est pas la même et il peut y avoir des distorsions.

#### 5.4.1.2 Le cycle de vie d'une technologie

Une **technologie** suit également un **cycle de vie** correspondant au diagramme précédent. Si cette technologie s'applique à un produit dont la durée de vie est supérieure à celle des technologies, alors les cycles s'enchaînent, à la hausse ou à la baisse selon le degré de maturité du produit. Ceci est le cas pour **la technologie des processeurs Intel**. Exemple :

&  
F