

	Up ! Enhanced Management	Première édition
	5 La stratégie d'entreprise 5.9 La définition de la stratégie	http://www.up-comp.com contact@up-comp.com

Position de l'entreprise ou du marché dans son cycle.		Emergent		Croissance		Mature				Déclin	
		Cognitive	Entrepreneuriat	Apprentissage	Pouvoir	Conception	Positionnement	Configuration	Planification	Culture	Environnement
Ecole par ordre d'évolution du cycle.											
Années où l'école atteint son apogée		Emergent	1987-1992	> 1990	Emergent	1975-1980	1980-1990	> 1990	< 1970	1975 puis > 1995	Jamais en vogue
Démarche d'élaboration de la stratégie	Processus.	O	O	N	O	O	O	O	O	N	N
	Incrémental.	-	O	-	N	N	N	N	N	O	o
Objet de la stratégie	Méthode.	N	O	O	O	O	O	O	O	O	O
	Finalité à attendre.	O	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Analyser et prévoir complètement.		N	-	N	-	O	O	-	o	-	-
Analyser selon la séparation <i>FFOM</i> ³⁰ .		-	-	-	-	O	O	-	O	-	-
Centraliser la décision stratégique.		-	O	n	-	O	-	-	O	N	-
Changer de position.		-	-	o	-	-	n	O	-	N	-
Communiquer et influencer.		N	-	-	O	n	-	-	-	o	-
Défendre un territoire.		-	n	N	o	-	o	-	-	-	O
Mener conformément à une vision.		o	O	-	-	-	-	-	N	o	-
Négocier et établir des alliances.		-	-	-	O	-	N	o	-	o	-
Planifier avec certitude à terme.		N	n	N	-	-	-	N	O	-	-
Poser une perspective informelle.		-	o	-	-	O	n	o	N	o	-
Poser une représentation mentale.		O	-	-	-	o	-	-	-	N	-
Séparer la réflexion de l'action.		-	N	N	-	O	O	-	O	n	-
S'adapter à la demande du marché.		-	N	-	-	O	O	o	o	-	o
Spécifique à un individu.		O	o	-	-	n	n	N	n	N	-

Tableau 225 – Les différentes écoles de stratégie

³⁰ *Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces* (FFOM).