

	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

Nous pouvons en déduire le cycle suivant de la pertinence des écoles de stratégie :

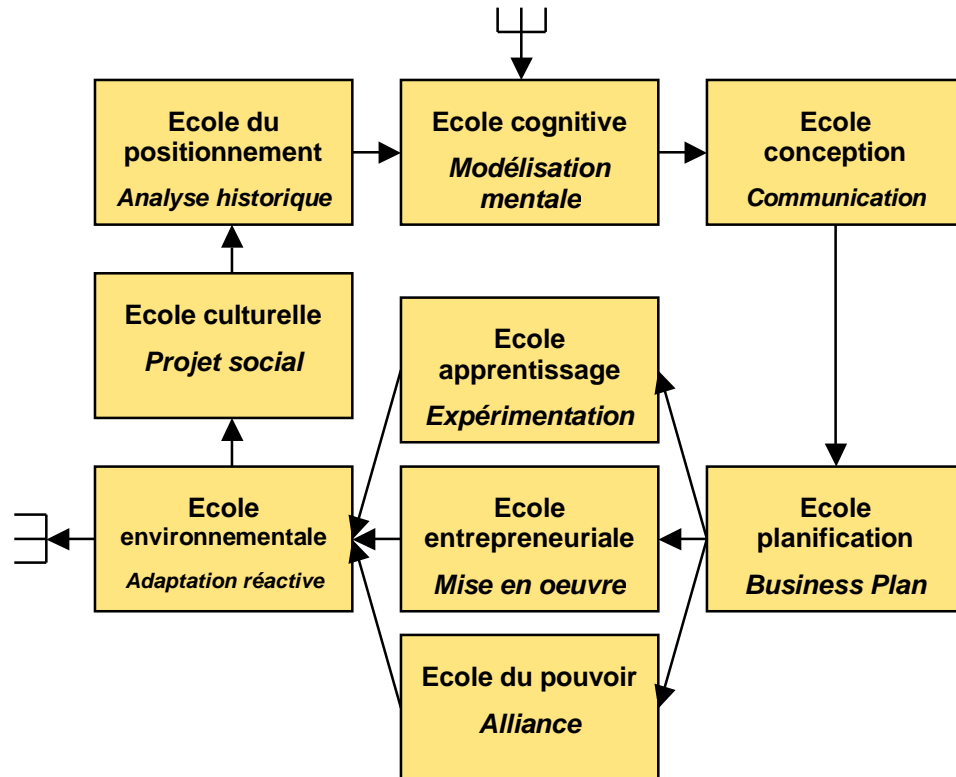


Diagramme 226 – Le cycle de pertinence des écoles de stratégie

5.9.2 Les axes du mix-stratégique

5.9.2.1 Le portefeuille d'activités

a Le positionnement de l'entreprise sur une activité stratégique donnée peut être :

- **Leader.**
La logique est d'adopter une stratégie expansive pour mieux en profiter que les autres et une stratégie défensive pour faire face au challenger.
- **Challenger.**
La logique est d'adopter une stratégie offensive pour contrer le leader.
- **Copieur.**
La logique est d'adopter une stratégie expansive sur des marchés qui ont été débroussaillés par le leader.
- **Exploitant d'une niche.**
La logique est d'adopter une stratégie offensive concentrée.

a

Un outil pour aider à la décision est la **matrice d'expansion produit – marché** qui croise :

- La dynamique de la demande de produits ou de services.
- L'état de maturité du marché.